



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

**Diplomasi Publik sebagai Upaya *Nation Branding* Jepang
melalui Film Animasi *Grave of The Fireflies (Hotaru No
Naka)***

Skripsi

Oleh
Kayla Yaffa Renata
6091901149

Bandung
2022



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

**Diplomasi Publik sebagai Upaya *Nation Branding* Jepang
melalui Film Animasi *Grave of The Fireflies (Hotaru No
Naka)***

Skripsi

Oleh

Kayla Yaffa Renata

6091901149

Pembimbing

Marshell Adi Putra, S.IP., M.A.

Bandung

2022

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Kayla Yaffa Renata
Nomor Pokok : 6091901149
Judul : Diplomasi Publik sebagai Upaya Nation Branding Jepang melalui Film Animasi *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)*

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 12 Januari 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap

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

: 

Sekretaris

Marshell Adi Putra, S.IP., MA.

: 

Anggota

Elisabeth Adyiningtas

Satya Dewi, S. IP., M.A., Ph. D.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kayla Yaffa Renata

NPM : 6091901149

Jurusan/Program Studi : Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Diplomasi Publik Jepang sebagai Upaya Nation Branding-nya melalui Film Animasi *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis 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 ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apa pun sesuai dengan aturan yang berlaku, apabila kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 5 Januari 2023



Kayla Yaffa Renata

ABSTRAK

Nama : Kayla Yaffa Renata

NPM : 6091901149

Judul : Diplomasi Publik sebagai Upaya *Nation Branding* Jepang melalui Film Animasi

Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)

Film merupakan sebuah media komunikasi massa yang dikenal efektif untuk menyampaikan pesan serta pengaruh kepada audiens yang menyaksikan secara luas. Jepang berupaya memperkuat *soft power*nya dalam menyebarkan pengaruh dan memproyeksikan citra baru negaranya melalui berbagai produk budaya pop, salah satunya film sebagai bentuk diplomasi publik Jepang. Penelitian ini mengkaji lebih dalam mengenai **upaya diplomasi publik negara Jepang dalam memperbaiki *nation branding*-nya melalui film animasi “*Grave of The Fireflies*” (*Hotaru No Naka*)** sebagai salah satu film animasi berlatarkan Perang Dunia II yang sangat populer di Jepang. Dengan menggunakan metode kualitatif dari studi kasus melalui film, kajian literatur juga pelaksanaan *Focus group Discussion*, tulisan ini ditujukan untuk melihat bagaimana pesatnya perkembangan industri kreatif di negara, dalam hal ini Film *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* dapat digunakan negara Jepang sebagai instrumen pelaksanaan diplomasi publiknya sebagai upaya pelaksanaan *nation branding*-nya.

Kata Kunci : Jepang, Diplomasi Publik, Nation Branding, Anime, Film

ABSTRACT

Name : Kayla Yaffa Renata

Student ID : 6091901149

Title : Public Diplomacy as Japan's Nation Branding Effort through the Animated Film Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)

Film is a mass communication medium that is known to be effective in conveying messages and influences to audiences who witness it widely. Japan seeks to strengthen its soft power in spreading influence and projecting a new image of the country through various pop culture products, one of which is film as a form of Japanese public diplomacy. This research examines more deeply the efforts of Japan's public diplomacy in improving its nation branding through the animated film "Grave of The Fireflies" (Hotaru No Naka) as one of the animated films set in World War II which is very popular in Japan. By using qualitative methods from case studies through film, literature review as well as the implementation of Focus group Discussions, this paper is intended to see how the rapid development of the creative industry in the country, in this case the Film Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka) can be used by the Japanese state as an instrument implementation of public diplomacy as an effort to implement its nation branding.

Keywords: *Japan, Film Public Diplomacy, Nation Branding, Anime.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat serta penyertaannya sepanjang proses hingga selesai penulis dalam penyusunan skripsinya yang berjudul “Diplomasi Publik Jepang sebagai Upaya *Nation Branding*-nya melalui Film Animasi *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)*”. Adapun penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat guna mendapatkan gelar sarjana Ilmu Hubungan Internasional dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Adapun selama berlangsungnya proses penyusunan dari skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan serta dukungan bermandaan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya terhadap para dosen yang telah membimbing juga teman-teman serta keluarga yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

Penulis turut menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna terutama karena adanya keterbatasan ilmu juga pengalaman yang penulis miliki, sehingga adanya kritik serta saran yang membangun dari para pembaca akan sangat menjadi sebuah hal yang penulis terima dengan senang hati sebagai bahan pembelajaran yang bermanfaat kedepannya. Terakhir, besar harapan penulis agar skripsi ini dapat menjadi sesuatu yang bermanfaat serta mampu memberikan sebuah pengetahuan baru bagi para pembaca.

Bandung, 4 Januari 2023

Kayla Yaffa Renara

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis tidak berhenti mengucapkan syukur atas selesainya penulisan skripsi ini melalui berbagai proses yang tentunya tidak mudah. Berbagai tantangan dan rintangan yang melelahkan mampu penulis lewati dengan adanya berbagai dukungan serta dorongan semangat dari orang-rang disekitar penulis yang tersayang. Maka dari itu, penulis dengan setulus hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

Mas Marshell Adi Putra atas bimbingannya selama proses pengerjaan skripsi ini. Selaku dosen pembimbing yang begitu saya hormati, saya berterima kasih sebesar-besarnya atas kesabaran dan ketulusan Mas Marshell dan semoga Mas Marshell selalu diberikan kesehatan serta kesuksesan selalu.

Keluarga saya, sebagai support system utama saya, Mama, Paps, Papa, Ayah, Bunda, Gya adik saya yang terlucu, terima kasih atas dukungan dan penghiburannya sehingga saya dapat merasa lebih tenang dalam proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih juga selalu ada untuk menjadi tempat saya pulang dan beristirahat.

Dosen-dosen saya yang pernah menjadi bagian dari masa kuliah saya, terima kasih banyak atas segala ilmu yang telah disalurkan kepada saya, karena dengan bekal tersebut, saya mampu Menyusun sebuah skripsi yang jauh lebih baik dibandingkan karya-karya penelitian saya sebelumnya. Seluruh ilmu yang saya terima akan saya ingat selalu.

Didipetot Fam, Aida, Adel, Nindi, dan juga VC, serta Emily, meskipun kini kita semua sudah banyak terpencar, terima kasih banyak karena telah percaya kepada saya bahwa saya mampu untuk akhirnya mencapai titik ini. Seluruh dukungan, hiburan, serta semangat kalian begitu berarti dalam kehidupan saya, terutama dalam perjalanan saya menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Retutungpenyaka, terima kasih banyak rumah kedua ku, tempat aku berkeluh kesah setiap harinya, kepada Anya, Tuti, Villda, Calista, dan Shofa, kalian sungguh membuat hari-hari ku di Bandung dan masa kuliah ku menjadi penuh warna.

Keluarga Kencana Dor, Dinda, Arda, Tuti, Calista, Alfar, Fito, Japut, dan Villda. Keluarga kedua ku di Bandung. Terima kasih atas semua tawa, tangis, serta semangat yang setiap harinya kalian berikan kepada saya. Meskipun waktu kita untuk Bersama tidak begitu lama, saya begitu bersyukur bisa dipertemukan dengan kalian, semoga kalian sukses selalu!

Joan, *partner in crime* saya. Terima kasih karena selalu ada dan hadir di perjalanan perkuliahan saya. Meskipun kita akan sidang di waktu yang tidak bersamaan, semangat saya akan selalu berserta kamu, begitupun dengan selama ini semangat kamu selalu berserta saya.

Tidak lupa, pewarna akhir tahun 2022 saya, *alarm* skripsi berjalan saya. **Gusti Rayhan**. Terima kasih telah hadir di detik-detik terakhir perjuangan skripsi saya. seluruh kata semangat dan dukungan kamu selalu bersama saya selama pelaksanaan skripsi ini. Terima kasih banyak ya sekali lagi.

Dan terakhir, **Kayla Yaffa Renata**, terima kasih telah kuat dan sanggup untuk terus berjuang mengejar mimpi mu dan membanggakan orang tua.. Semoga proses pengerjaan skripsi ini dapat menjadi batu loncatan kamu untuk mencapai mimpi mu selanjutnya.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.2.1 Pembatasan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Tujuan Penelitian	10
1.4.2 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5 Kajian Pustaka.....	11
1.6 Kerangka Pemikiran	17
1.7 Kerangka Teori.....	17
1.8 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	25
1.8.1 Metode Penelitian Data	25
1.8.2 Teknik Pengumpulan Data	25
1.9 Sistematika Pembahasan.....	26
BAB II	28
KONDISI DAN UPAYA JEPANG PASCA PERANG DUNIA II	28
2.1 Kondisi Jepang dalam Memperbaiki Citra Negara-nya Pasca Perang Dunia II melalui Restorasi Meiji	28

2.2 Pemulihan <i>Nation Branding</i> Negara Jepang melalui Kebijakan <i>Cool Japan Initiative</i>	30
2.3 Perkembangan Anime sebagai Instrumen Diplomasi Publik Jepang	32
BAB III	36
PENGIMPLEMENTASIAN FILM “GRAVE OF THE FIREFLIES” (HOTARU NO NAKA) SEBAGAI UPAYA DIPLOMASI PUBLIK JEPANG DALAM MEMPERBAIKI NATION BRANDINGNYA	36
3.1 Penyebaran Pesan “Anti Perang” sebagai upaya nation branding Jepang dalam melalui penjabaran Film Animasi <i>Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)</i>	36
3.1.2 <i>Grave of The Fireflies</i> (1967) Melalui Sudut Pandang Akiyuki Nosaka	38
3.1.3 Pesan yang ingin disampaikan melalui film <i>Grave of The Fireflies</i> oleh Isao Takahata.....	40
3.2 Peran Pemerintah dalam menjadikan “Grave of The Fireflies” (<i>Hotaru No Naka</i>) sebagai Instrumen Diplomasi Publik Jepang	42
3.3 Dampak dan Respon yang Diperoleh Jepang Melalui Penggunaan Film <i>Grave of The Fireflies</i> sebagai Upaya Nation Branding-nya.....	45
3.3.1. Dampak Bagi Negara Jepang.....	45
3.3.2 Respon Masyarakat Internasional	46
BAB IV	53
KESIMPULAN	53
LAMPIRAN	56
DAFTAR PUSTAKA	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era Globalisasi yang terjadi pada saat ini, seakan membuka pintu kepada berbagai perkembangan yang muncul di dunia. Salah satunya adalah film yang hadir sebagai salah satu produk dari globalisasi yang begitu dicintai oleh masyarakat dunia sejak pertama kali muncul di dunia pada tahun 1988. Film kemudian berhasil berevolusi seiring berkembangnya zaman hingga saat ini dan kerap digunakan sebagai sebuah alat komunikasi massa yang bertujuan untuk menyebarkan pengaruh atau pesan kepada masyarakat luas yang menontonnya. Melalui berbagai cerita yang dikemas dalam sebuah kesatuan dengan unsur seni seperti musik, visual, dan juga sinematik, film menjadi sebuah sarana diplomasi yang dapat dikatakan efektif karena dapat mempengaruhi masyarakat dalam cakupan yang lebih luas melalui berbagai tayangan yang ada. Film juga turut memiliki peran yang penting dalam menjadi sebuah media literasi dalam bentuk seni visual serta dalam alat penyebaran pengaruh di tengah arus informasi asing terutama antar masyarakat transnasional.¹

Jepang merupakan sebuah negara yang mengedepankan budaya *pop culture* sebagai salah satu instrumen diplomasi publiknya. Dengan semakin berkembangnya tren budaya seni Jepang seperti *Manga* dan *Anime* terutama dikalangan anak muda, Jepang semakin melibatkan kontribusi dari tren tersebut

¹ Hari Suryanto and Mariani Amri, "FILM SEBAGAI ASET DIPLOMASI BUDAYA," *Capture : Jurnal Seni Media Rekam* 9, no. 2 (September 3, 2018): 47, <https://doi.org/10.33153/capture.v9i2.2089>.

untuk meningkatkan *nation branding* Jepang terhadap masyarakat internasional.² Selain memainkan peran yang signifikan dalam diplomasi publik Jepang, *anime* juga menjadi salah satu instrumen Jepang dalam menyebarkan *soft power*nya melalui pesan dan pengaruh yang terselip dalam berbagai film yang diproduksinya.³ Hal tersebut dapat dilihat dari penyebaran *soft power* Jepang melalui film yang lebih ditekankan pada hubungan *People to People (P to P)* dengan tujuan utama pembentukan komunitas masyarakat transnasional yang disatukan oleh produksi film *anime*.⁴

Perkembangan dari *anime* sendiri telah menjadi suatu kebanggaan bagi Jepang, terutama dalam meningkatkan budaya *pop culture* sebagai sebuah upaya untuk mempromosikan negaranya ke ranah internasional. Junichiro Koizumi, selaku Perdana Menteri Jepang turut mengatakan bahwa kehadiran *anime* sebagai budaya *pop culture* memiliki “daya tarik” tersendiri dan membuka gerbang pengetahuan bagi masyarakat di seluruh dunia untuk dapat mengenal budaya Jepang.⁵ Akan tetapi, tidak berhenti sampai disitu saja, penyebaran *pop culture* Jepang terutama melalui diplomasi *People to People* nya masih harus dikembangkan sedemikian rupa. Hal tersebut bertujuan untuk dapat “mempengaruhi masyarakat luas” melalui fase yang dilakukan secara bertahap

² Ministry of Foreign Affairs of Japan, “Pop-Culture Diplomacy,” Ministry of Foreign Affairs of Japan, March 8, 2017, <https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/index.html>.

³ Mori Hiroaki, How Does Anime Realize Public Diplomacy?: The Potential and Future Prospects of Anime Pilgrimage, Faculty of Law, Department of Policy Studies, P. 87.

⁴ *Ibid.*

⁵ *Ibid.*

demi menunjukkan kekuatannya dalam mengelola lingkungan internasional sebagaimana yang ingin ditunjukkan melalui berbagai produk *pop culture* nya.⁶

Anime sebagai salah satu produk unggul dari budaya *pop culture* Jepang berhasil mencuri banyak perhatian masyarakat, tidak hanya terbatas dalam lingkup nasional saja namun juga dalam lingkup internasional. Sejak kemunculannya pertama kali pada tahun 1907, *anime* berhasil memberikan kontribusi yang sangat besar terutama dalam menjadi batu loncatan bagi industri perfilman Jepang. Berawal dari wujud animasi bisu karya Oten Shimokawa yang berjudul *Imokawa Mukuzo Genkanban no Maki*, disusul dengan perkembangan karya animasi bersuara yaitu *Noburo Ofuji* 20 tahun kemudian, Jepang mulai bertekad untuk meningkatkan kepopuleran *anime* secara meluas.⁷ Hingga pada akhirnya, pada tahun 1950 an Jepang berhasil memproduksi sebuah *anime* yang memiliki tingkat kepopuleran tinggi secara internasional yaitu *Astro Boy* sebagai adaptasi dari manga terkenal karya Osamu Tezuka. *Astro Boy* berhasil membuka jalan bagi dunia animasi Jepang dan menjadi sebuah fenomena yang menggencarkan dunia setelah menjadi animasi Jepang pertama yang berhasil diterjemahkan kedalam bahasa inggris untuk disaksikan oleh masyarakat internasional. Kepopuleran *Astro Boy* masih berada di puncaknya bahkan setelah kepergian Tezuka, *Astro Boy* masih menduduki puncak tertinggi sebagai manga dan anime yang paling terkenal sepanjang masa, bahkan dapat dikatakan hingga saat ini dengan banyaknya perkembangan serta adaptasi

⁶ Mark Leonard et al., *Public Diplomacy* (London: Foreign Policy Center, 2002), <https://fpc.org.uk/publications/public-diplomacy/>. P. 13.

⁷ CNN Indonesia, "Sejarah Anime: Sejak 1907 Hingga Mewabah Ke Indonesia," hiburan, August 18, 2020, <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20200719125155-225-526357/sejarah-anime-sejak-1907-hingga-mewabah-ke-indonesia>.

baru dengan munculnya film-film yang melibatkan *Astro Boy* sebagai karakter utamanya seperti, *Astro Boy Movie*, *Astro Boy Movie 2*, dan *Astro Boy: The Video Game*.⁸ Sejak saat itu, dunia animasi Jepang semakin melonjak dengan hadirnya berbagai kreator *anime* lainnya yang bersaing untuk menciptakan beragam *anime* yang dapat dinikmati oleh masyarakat luas.

Sebagai sebuah karya animasi yang meningkatkan budaya *pop culture* Jepang, *anime* tidak hanya menyajikan kisah fantasi yang menyenangkan untuk disaksikan. *Anime* turut menyajikan berbagai kisah yang berisi pesan untuk disampaikan kepada para audiensnya. Salah satu topik yang seringkali diangkat dalam *anime* Jepang adalah tentang keterlibatan Jepang dalam Perang Dunia II. *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* merupakan salah satu dari sekian banyak film animasi Jepang yang diadaptasi dari peristiwa keterlibatan Jepang dalam Perang Dunia II. Film garapan sutradara Jepang Isao Takahata yang dibuat sebagai adaptasi dari cerita pendek karya Akiyuki Nosaka dan diproduksi menjadi sebuah film *live action* oleh *Studio Ghibli*, mengikuti kisah tentang dua orang kakak-beradik, Seita dan Setsuko dalam upayanya untuk bertahan hidup di masa Perang Dunia II terutama pasca tragedi pengeboman Amerika di Hiroshima dan Nagasaki.⁹ Dengan cerita yang dikemas sedemikian rupa melalui karya animasi serta pembawaan suasana yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* sejak pertama kali rilis pada tahun 1988, berhasil

⁸ University of California, “‘Astro Boy:’ the Turning Point of Manga and Anime,” New University | UC Irvine, January 18, 2021, <https://www.newuniversity.org/2021/01/18/astro-boy-the-turning-point-of-manga-and-anime/>.

⁹ Alistair Swale, “Memory and Forgetting: Examining the Treatment of Traumatic Historical Memory In *Grave of the Fireflies* and *The Wind Rises*,” *Japan Forum* 29, no. 4 (May 16, 2017): 518–36, <https://doi.org/10.1080/09555803.2017.1321570>. P. 8-9.

menempati puncak tertinggi sebagai film adaptasi perang yang paling banyak disaksikan di Jepang.¹⁰ Bahkan hingga saat ini, film *Grave of The Fireflies* (*Hotaru No Naka*) masih ditayangkan setiap 15 Agustus pada televisi Jepang terutama untuk memperingati menyerahnya Jepang dan berakhirnya Perang Dunia II atau dalam memperingati “*Memorial Day for The End of The War*” (終戦記念日, *Shūsenkinenbi*).¹¹

Melihat lebih jauh atas motif dari Isao Takahata pada akhirnya memutuskan untuk menggarap film *Grave of The Fireflies* (*Hotaru No Naka*) dapat dilihat dari cerita masa lalunya ketika Takahata melihat kampung halamannya sendiri di Ise, Mie Jepang hancur akibat serangan bom Amerika Serikat pada Perang Dunia II.¹² Berangkat dari trauma masa lalunya pada masa kecil dan visualisasinya atas perang yang terlihat begitu mengerikan, Takahata tumbuh menjadi seorang advokat anti-perang. Disamping aktivitasnya dalam membuat karya-karya film animasi, Takahata kerap menentang dan mengkritik beberapa keputusan yang dibentuk oleh Perdana Menteri Jepang pada saat itu, Shinzo Abe yang mendorong dibentuknya sebuah RUU Keamanan kontroversial yang seakan ingin membuat Jepang membalas kealahannya pada Perang Dunia II dengan ingin menjadikan Jepang

¹⁰ Alistair Swale, “Memory and Forgetting: Examining the Treatment of Traumatic Historical Memory In *Grave of the Fireflies* and *The Wind Rises*,” *Japan Forum* 29, no. 4 (May 16, 2017): 518–36, <https://doi.org/10.1080/09555803.2017.1321570>. P. 8-9.

¹¹ Masako Racel, “Grave of the Fireflies and Japan’s Memories of World War II,” Association for Asian Studies, 2019, <https://www.asianstudies.org/publications/ea/archives/grave-of-the-fireflies-and-japans-memories-of-world-war-ii/>.

¹² “Isao TAKAHATA - Anime News Network,” www.animenewsnetwork.com, accessed March 6, 2022, <https://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/people.php?id=773>.

sebagai “Negara yang bisa berperang”.¹³ Ketidaksetujuan Takahata atas dibentuknya RUU Keamanan oleh Shinzo Abe diperkuat dengan argumennya yang diawali oleh kutipan seorang penyair Perancis, Jacques Prevert, “*If you don’t want war, repair peace.*” Takahata mengambil inspirasi dari kutipan tersebut dan mengatakan “*Kita tidak bisa menjaga perdamaian dengan mengangkat senjata, perdamaian harus dicapai melalui diplomasi, yang sebenarnya telah dilakukan oleh Jepang selama ini, akan tetapi Shinzo Abe memiliki ambisi untuk mengubah Jepang kembali menjadi negara yang dapat berperang.*”¹⁴

Takahata yang dapat dikatakan kritis terhadap adanya perang, sebenarnya memiliki tujuan yang lebih besar daripada sekedar menggambarkan situasi tragis yang disebabkan oleh perang, *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* juga diciptakan Takahata untuk memberikan pesan kepada generasi muda untuk menjadi lebih sadar akan yang ada disekitarnya dan tidak memelihara sikap egois serta arogan.¹⁵ Hal tersebut turut digambarkan oleh Takahata dalam kisah kehidupan pemeran *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)*, yaitu Seita ketika ditengah kekacauan memilih untuk meninggalkan bibinya yang sedang sakit dan pergi bersama adiknya.¹⁶ Takahata melihat sikap-sikap inilah yang kerap muncul ketika perang, pihak yang egois dan arogan cenderung tidak ragu untuk melakukan hal apapun untuk mencapai kemenangan, meskipun untuk mencapai tujuan tersebut

¹³ Masami Ito, “Isao Takahata’s Stark World of Reality | the Japan Times,” The Japan Times, September 12, 2015, <https://www.japantimes.co.jp/culture/2015/09/12/films/isao-takahatas-stark-world-reality/>.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Oliver Jia, “Grave of the Fireflies: Misunderstood Masterpiece,” Asia Times, May 7, 2021, <https://asiatimes.com/2021/05/grave-of-the-fireflies-misunderstood-masterpiece/>.

¹⁶ Ibid.

tentu banyak hal yang harus dikorbankan seperti yang utama kehancuran dan korban jiwa.

Pengemasan film yang digambarkan dengan animasi menarik, tanpa adanya adegan perang yang kasar, membuat film *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* menjadi sangat mudah untuk disaksikan, bahkan oleh berbagai kalangan. Jepang melihat sebuah potensi dari film *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* yang kepopulerannya berhasil hingga mencapai ranah internasional dibuktikan mampu mencuri simpati para audiens mancanegara agar menerima pesan untuk menghindari kembali munculnya perang. Sehingga, melalui film *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)*, diharapkan pesan-pesan yang tersirat di dalamnya, terutama mengenai anti-perang dapat dijadikan sebuah kontribusi bagi perdamaian dunia.

1.2 Identifikasi Masalah

Perkembangan era globalisasi yang terjadi pada saat ini, membentuk sebuah tatanan masyarakat yang baru dan berbasis pada teknologi. Teknologi yang berkembang begitu pesat, memunculkan berbagai bentuk sarana komunikasi yang baru yang dapat digunakan oleh siapapun untuk saling bertukar ataupun menyebarkan informasi. Kehadiran film muncul sebagai salah satu sarana penyebaran informasi ataupun pengaruh bagi masyarakat luas secara global. Dengan berbagai adegan dan cerita yang disajikan, film *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* menunjukkan sisi kejam dan akibat yang merugikan dari hadirnya perang. Selain itu, Isao Takahata selaku pembuat film juga mengatakan bagaimana

generasi muda di Jepang kini terlihat lebih egois serta cenderung mementingkan hal-hal duniawi atau materialisme saja.¹⁷ Hal tersebut dilihat oleh Takahata sebagai sebuah cerminan dengan apa yang terjadi pada masa Perang Dunia II, seperti yang digambarkan dalam film *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* bagaimana rasa egoisme yang dimiliki oleh pemeran utamanya yaitu Seita dalam menghadapi krisis justru membawanya kepada kematian.¹⁸ Dikarenakan oleh penjelasan tersebut, masih muncul berbagai perdebatan akan apakah film *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* sebetulnya memiliki tujuan untuk sekedar memberikan kesan mengenai sikap-sikap egois dan cerminannya terhadap generasi muda pada saat ini atau mengisahkan perjalanan Jepang selama masa Perang Dunia II dan selebihnya yaitu untuk menyebarkan pesan “Anti-perang” bagi para penontonnya.

Kepopuleran dari film *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* sendiri tidak dapat dipungkiri, dengan ketenarannya setelah muncul di stasiun televisi Jepang dan kini dapat diakses oleh seluruh masyarakat mancanegara melalui berbagai *platform streaming*. Dengan berbagai pesan-pesan tersirat yang disajikan sepanjang film berlangsung, hal tersebut tentu membuat para penonton mulai menginterpretasikan apa yang sebenarnya ingin disampaikan oleh film tersebut. Salah satu impresi yang cukup melekat bagi banyak orang adalah bagaimana Isao Takahata selaku pembuat film, menunjukkan berbagai adegan menyedihkan yang membuat para penonton turut bersimpati pada karakter-karakter yang ada pada

¹⁷ Oliver Jia, “Grave of the Fireflies: Misunderstood Masterpiece,” Asia Times, May 7, 2021, <https://asiatimes.com/2021/05/grave-of-the-fireflies-misunderstood-masterpiece/>.

¹⁸ *Ibid.*

film.¹⁹ Melalui hal tersebut dapat dilihat bagaimana tujuan Isao Takahata untuk membentuk persepsi akan buruknya perang mampu sampai kepada para penonton.

Selain itu, maraknya film *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* yang tidak hanya mencuri perhatian masyarakat Jepang saja, akan tetapi juga masyarakat mancanegara, membuat film animasi *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* sebagai salah satu produk *pop culture* Jepang menjadi dapat dikatakan sebagai salah satu instrumen diplomasi publik Jepang, terutama dalam menyebarkan *soft power*-nya dalam hal meningkatkan citranya sebagai salah satu negara yang mengadvokasikan anti-perang.

1.2.1 Pembatasan Masalah

Pembahasan selanjutnya mengenai kehadiran film *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* sebagai salah satu karya animasi yang memiliki peran penting dalam menyebarkan pesan anti-perang akan difokuskan kepada perkembangan *anime* sebagai salah satu produk unggul dari budaya *pop-culture* Jepang. Kemudian berangkat dari penjelasan mengenai perkembangan anime tersebut akan dilanjutkan ke arah analisis yang lebih dalam mengenai bagaimana Isao Takahata menyusun berbagai adegan serta alur cerita film yang menunjukkan pesan-pesan secara tersirat maupun tersurat mengenai anti-perang, serta bagaimana film *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* mampu menjadi instrumen yang kuat bagi diplomasi publik Jepang dalam menyebarkan pengaruhnya tentang anti-perang dan bagaimana

¹⁹ James Gates, "7 Reasons Why 'Grave of the Fireflies' Is the Saddest Japanese Movie Ever Made," Culture Trip, August 10, 2017, <https://theculturetrip.com/asia/japan/articles/7-reasons-why-grave-of-the-fireflies-is-the-saddest-japanese-movie-ever-made/>.

respon dari masyarakat luas akan adanya hal tersebut. Penulis juga turut membatasi periode dari topik yang akan dikaji dari tahun 2005 ketika *Grave of The Fireflies* (*Hotaru No Naka*) mulai ditayangkan di televisi sebagai peringatan berakhirnya Perang Dunia II hingga tahun 2017 ketika film *Grave of The Fireflies* (*Hotaru No Naka*) mulai memasuki *platform streaming* daring dan mulai dikenal secara internasional.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan sebuah pertanyaan penelitian yaitu, **“Bagaimana upaya diplomasi publik Jepang dalam memperbaiki *nation branding*-nya melalui film animasi *Grave of The Fireflies* (*Hotaru No Naka*)?”**

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditulis dengan tujuan utama untuk mengetahui bagaimana perkembangan anime di Jepang, salah satunya melalui film animasi *Grave of The Fireflies* (*Hotaru No Naka*) dapat berpengaruh terhadap proses penyebaran pesan anti-war sebagai salah satu upaya diplomasi publik Jepang dalam memperbaiki serta memperbaiki citranya pasca Perang Dunia II serta meningkatkan *nation branding*-nya di mata internasional.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari disusunnya penelitian ini antara lain adalah untuk memberikan pengetahuan baru mengenai perkembangan *anime* sebagai salah satu budaya *pop-culture* yang unggul di negara Jepang. Selain itu juga untuk memberikan pandangan baru mengenai bagaimana melalui film *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* dapat menjadi sebuah sarana modern untuk mempelajari lebih dalam mengenai Perang Dunia II melalui kaca mata Jepang, serta berbagai pesan-pesan penting yang ingin disampaikan melalui film tersebut. Terakhir, penelitian ini juga dibentuk dengan tujuan untuk dapat menjadi sumber pengetahuan ataupun informasi yang berguna bagi para pembacanya dan diharapkan dapat menjadi sebuah referensi bagi para penstudi HI yang juga sedang melakukan penelitian serupa.

1.5 Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, digunakan juga beberapa artikel jurnal sebagai penelitian terdahulu yang akan dikaji. Artikel yang pertama berjudul, ***“Repackaging National Identity: Cool Japan and The Resilience of Japanese Identity Narratives”***. Artikel ini membahas mengenai *‘Cool Japan Initiative’* sebagai salah satu bentuk *nation branding* negara Jepang. Selain sebagai wujud *nation branding*, *Cool Japan Initiative* juga digunakan sebagai salah satu instrumen proyeksi *soft power* Jepang dalam menyebarkan pengaruhnya ke dunia internasional. *Cool Japan Initiative* sendiri merupakan kumpulan produk *pop culture* Jepang yang mencakup *manga*, karakter, *game*, animasi, dan sebagainya.

Langkah yang diambil pemerintah Jepang dalam meningkatkan *branding* negaranya serta memperkuat *soft power*-nya melalui *Cool Japan initiative* dapat dikatakan sebagai sebuah langkah yang berhasil. Dengan keunikannya sendiri dalam menunjukkan budaya Jepang melalui berbagai produk yang dihasilkan, strategi *Cool Japan Initiative* memiliki daya nilai jual yang tinggi dan mampu mencapai masyarakat internasional bahkan hingga saat ini. Salah satu hal yang menarik dari pembahasan dalam artikel karya, *Cool Japan Initiative* merupakan sebuah wujud diplomasi publik yang bersifat *top-down* dan pada mulanya ditakutkan memiliki potensi melalui karya-karya, terutama yang berbau keterlibatan Jepang dalam Perang Dunia II untuk menunjukkan persepsi Jepang yang cenderung Non-Barat dan juga Non-Asia. Akan tetapi, pada akhir pembahasannya Tamaki menetapkan bahwa meskipun *Cool Japan Initiative* merupakan wujud diplomasi *top-down* yang didorong oleh pembentuk kebijakan elit serta berbagai penasihat khusus, *Cool Japan Initiative* turut mampu memenuhi kepentingan nasional Jepang melalui budaya *pop culture*-nya.²⁰

Berbicara mengenai keefektifan diplomasi budaya yang dilakukan oleh Jepang melalui anime dan manga, penulis menggunakan artikel yang berjudul, **“Efektivitas Diplomasi Budaya dalam Penyebaran *Anime* dan *Manga* Sebagai *Nation Branding* Jepang”**. Dalam artikel ini dibahas mengenai munculnya anime sejak sebelum Perang Dunia II dimulai dan bagaimana industri manga dan *anime* yang runtuh karena kalah bersaing dengan beragam animasi produksi Amerika

²⁰ Taku Tamaki, “Repackaging National Identity: Cool Japan and the Resilience of Japanese Identity Narratives,” *Asian Journal of Political Science* 27, no. 1 (January 2, 2019): 108–26, <https://doi.org/10.1080/02185377.2019.1594323>.

Serikat. Mengikuti peristiwa itu, kekalahan Jepang di Perang Dunia II juga turut berpengaruh kepada citra Jepang yang menjadi semakin buruk. Sehingga pada akhirnya pemerintah Jepang mempertimbangkan untuk dikembangkannya kembali budaya *pop culture* Jepang melalui *anime* dan *manga* sebagai instrumen diplomasi publiknya demi mengembalikan citra baiknya kembali. Erwindo selaku penulis artikel mengatakan bahwa upaya Jepang dalam menggunakan budaya *pop culture* sebagai instrumen diplomasi publiknya berhasil. Melihat bagaimana cerita-cerita yang disajikan di dalam *anime* dan *manga* yang tersebar luas secara internasional banyak menggambarkan sisi Jepang yang jauh lebih menarik dan unik, membuat para audiens yang mengkonsumsinya mampu untuk melihat Jepang tidak lagi dengan perspektif yang berhubungan kesadisannya ketika Perang Dunia II berlangsung saja. Oleh karena itu, keberhasilan diplomasi publik Jepang melalui *anime* dan *manga* ini dapat dikatakan berhasil memberikan citra baik bagi Jepang, sekaligus membantu Jepang dalam proses rekonstruksi identitasnya.²¹

Artikel ketiga yang digunakan berjudul ***“Cooperation Between Anime Producers and the Japan Self-Defense Force: Creating Fantasy and/or Propaganda?”***. Dalam artikel ini dijelaskan bagaimana kolaborasi antara produser anime Jepang dengan *The Japan Self-Defense Force* dalam memproduksi berbagai konten *pop culture* Jepang. Penulis artikel ini, yaitu Takayoshi Yamamura melihat bahwa sebagian besar produksi anime Jepang yang beredar dikalangan masyarakat Jepang dan juga internasional kerap menyajikan kekerasan yang terkesan

²¹ Caraka Wahyu Erwindo, “Efektivitas Diplomasi Budaya Dalam Penyebaran Anime Dan Manga Sebagai Nation Branding Jepang,” *Jurnal Analisis Hubungan Internasional* 7, no. 2 (May 2018): 66–78, <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jahi916255714efull.pdf>.

memberikan ‘konsumsi militer’. Konsumsi militer yang dimaksud oleh Yamamura sendiri adalah bagaimana tayangan *anime* seringkali menampilkan adegan latihan perang, *tank* militer yang dipamerkan dalam sebuah festival, dan berbagai hal berbau militer lainnya seolah menjadi sebuah rekreasi. Hal tersebut ditakutkan Yamamura dapat kembali membangkitkan militer secara halus, terutama karena penyajiannya seringkali berupa cerita fantasi yang sangat menarik bagi masyarakat luas.

Akan tetapi, keterlibatan JSDF dalam produksi *anime* di Jepang sebetulnya memiliki tujuan tidak lebih dari untuk memenuhi kepentingan pertahanan negara Jepang sendiri. Kolaborasi JSDF dengan para produser anime dalam menyajikan tayangan yang seringkali menyisipkan adegan berbau militer, bertujuan untuk menunjukkan penggambaran realistis dari militer yang telah didasarkan oleh berbagai penelitian, serta untuk meningkatkan citra militer Jepang agar semakin mendapat dukungan terutama dari masyarakat yang menyaksikan. Yamamura juga kembali menegaskan dalam artikelnya, bahwa dengan segala kekhawatiran akan potensi produk *anime* hasil kolaborasi JSDF dengan para produser *anime* dapat dikatakan sebagai sebuah propaganda militer, seluruh tayangan *anime* yang berbau perang dan militer sesungguhnya tidak ada yang menggambarkan ‘pro-perang’, karena tujuan utama dari diciptakannya sebuah karya *anime* adalah untuk menciptakan fantasi, bukan ideologi. Hal yang menarik dan cukup membedakan penelitian pada artikel ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah bagaimana penelitian ini membahas mengenai bagaimana kontribusi film animasi Jepang dapat berpengaruh dalam penyebaran pesan anti-perang, sedangkan dalam

artikel ini, penelitian Yamamura membahas bagaimana keterlibatan JSDF sebagai kekuatan militer Jepang dalam produksi film animasi Jepang justru dikhawatirkan dapat menjadi sebuah bentuk propaganda militer.²²

Artikel terakhir yang akan dikaji berjudul, ***“Geopolitics and Soft Power: Japan Cultural Policy and Cultural Diplomacy in Asia”***. Dalam artikel ini dibahas mengenai perubahan drastis dari kebijakan diplomasi Jepang dalam satu abad terakhir. Dimulai dari diplomasi budaya Jepang pada masa kekaisaran yang kemudian perlahan memudar, masuknya diplomasi Jepang pasca perang yang disebabkan oleh rasa takut akan imperialisme budaya, dan hingga saat ini memasuki era diplomasi melalui ekspor budaya dan gaya hidup Jepang sebagai sebuah instrumen perwujudan *soft power* Jepang. Artikel ini menyorot lebih dalam mengenai bagaimana Jepang dalam tiga periode akhir ini telah memanfaatkan kekayaan budayanya dalam mencapai tujuan geo politiknya. Dalam konteks ini, Jepang menekankan pada bagaimana budaya dapat berperan kuat untuk mempererat hubungan Jepang dengan negara-negara tetangganya, terutama di Asia. Selain itu, penulis dalam artikel ini, Nissim Kadosh Otmazgin, juga turut ingin menegaskan bagaimana kebijakan diplomasi budaya yang dilakukan oleh Jepang tidak mengisolasi Jepang dari posisi geopolitiknya, terlepas dari dan terhadap negara manapun Jepang memproyeksikan diplomasi budayanya. Melalui artikel ini penulis mendapatkan pandangan lebih luas mengenai bagaimana Jepang mengembangkan

²² Takayoshi Yamamura, “Cooperation between Anime Producers and the Japan Self-Defense Force: Creating Fantasy And/or Propaganda?,” *Journal of War & Culture Studies* 12, no. 1 (December 22, 2017): 8–23, <https://doi.org/10.1080/17526272.2017.1396077>.

strategi diplomasinya melalui penyebaran budaya sebagai instrumen *soft power* negaranya hingga saat ini.²³

Keempat artikel yang dibahas dalam kajian pustaka ini membahas banyak mengenai berbagai strategi yang dilakukan oleh Jepang sebagai bentuk diplomasi publiknya demi memenuhi kepentingan nasionalnya. Berbagai strategi seperti salah satunya penggunaan budaya *pop culture* sebagai instrumen diplomasi publik yang dinamakan '*Cool Japan Initiative*' digambarkan telah berhasil membantu Jepang dalam membangun citra baiknya di mata Internasional. Keterlibatan berbagai peran baik aktor negara dan non-negara juga turut dibahas dalam artikel-artikel yang disajikan. Pembahasan lebih dalam mengenai bagaimana kehadiran budaya *pop culture* Jepang dapat dianggap sebagai wujud propaganda atau diplomasi publik juga dibahas di dalam artikel pada kajian pustaka ini. Sehingga diharapkan dengan adanya kajian terdahulu terhadap penelitian yang sudah ada ini, mampu membantu penulis untuk lebih memahami dan mengarahkan arah penelitiannya dalam membahas mengenai diplomasi publik negara Jepang, terutama melalui film animasi *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* dalam memperbaiki *nation branding* negaranya sebagai negara yang anarkis pada masa Perang Dunia II dan dalam menyebarkan pesan anti-perang.

²³ Nissim Kadosh Otmazgin, "Geopolitics and Soft Power: Japan's Cultural Policy and Cultural Diplomacy in Asia," *Asia-Pacific Review* 19, no. 1 (May 2012): 37–61, <https://doi.org/10.1080/13439006.2012.678629>.

1.6 Kerangka Pemikiran

1.7 Kerangka Teori

Hubungan Internasional, menurut Georg Schwarzenberger merupakan sebuah kajian ilmu yang menjadi bagian dalam sosiologi yang berfokus dalam mempelajari mengenai masyarakat internasional.²⁴ Stanley Hoffman sendiri melihat bahwa hubungan internasional merupakan sebuah subjek akademis yang mengkaji mengenai hubungan politik yang terjadi secara antarnegara. Hubungan internasional sendiri memiliki sifat yang dinamis, dikarenakan ilmunya yang kerap berubah seiring perkembangan zaman.²⁵ Lingkup kajian dari ilmu hubungan internasional yang semula kerap hanya berfokus pada hal-hal yang menyangkut perang dan damai (*War and Peace*) dan hanya melibatkan aktor negara (*state actors*), kini pada era pasca Perang Dingin, mulai melibatkan peran-peran aktor non-negara (*non-state actors*) di dalamnya.²⁶ Hal-hal yang dikaji dalam ilmu hubungan internasional sendiri kini tidak hanya terbatas pada perang dan damai, melainkan juga membahas mengenai Hak Asasi manusia (HAM), isu lingkungan, pendidikan, komunikasi, dan sebagainya.²⁷

Diplomasi telah hadir sejak dulu sebagai langkah bagi sebuah negara untuk melakukan hubungan dengan negara lainnya. Pada awalnya, diplomasi hanyalah berorientasi pada hal-hal yang melibatkan isu-isu kenegaraan seperti perang dan damai. Akan tetapi, seiring berkembangnya dunia, memasuki masa yang baru,

²⁴ Banyu Perwita, Pengantar Ilmu Hubungan Internasional: Hubungan Internasional Sebagai suatu Bidang Kajian, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011),1-2.

²⁵ Ibid.

²⁶ Bob Sugeng Hadiwinata, *Studi Dan Teori Hubungan Internasional (Arus Utama, ALternatif, Dan Reflektivis)* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2017), 9–11.

²⁷ Ibid.

diplomasi juga turut mengikuti perkembangan yang ada. Diplomasi tradisional yang dulunya hanya berfokus kepada hal-hal kenegaraan saja, kini telah membuka pintu terhadap perubahan yang ada di dunia dan tidak hanya berpacu pada hal-hal yang melibatkan negara sebagai aktor utamanya, namun hal-hal seperti lingkungan, hak asasi manusia, gender, dan juga perkembangan teknologi juga turut menjadi fokus yang ingin dicapai dalam aktivitas diplomasi suatu negara.²⁸ Hal tersebut secara langsung berpengaruh kepada terlibatnya berbagai pihak non-negara seperti *Non-Governmental Organizations* (NGOs), *Intergovernmental Organizations* (IGOs), bisnis dan perusahaan, komunitas, juga individu turut campur tangan dalam berbagai agenda diplomasi yang dilaksanakan.

Dalam praktiknya, diplomasi memiliki dua kekuatan yang dapat digunakan untuk mencapai kepentingan suatu negara, yaitu *hard power* dan *soft power*. Membahas lebih dalam mengenai *soft power* sebagai instrumen diplomasi suatu negara, Joseph Nye dalam jurnalnya yang berjudul "*Public Diplomacy and Soft Power*" mengatakan bahwa *soft power* merupakan kemampuan sebuah negara untuk membentuk sebuah sudut pandang baru dan membawa daya tarik terhadap individu ataupun masyarakat asing.²⁹ *Soft power* negara sendiri bertumpu pada berbagai bidang seperti budaya, kebijakan, dan juga nilai ideologis yang dimiliki oleh suatu negara. Dengan *soft power* yang dimiliki, negara dapat menyebarkan pengaruhnya secara luas dan membawa berbagai keuntungan bagi negaranya tanpa

²⁸ Mori Hiroaki, *How Does Anime Realize Public Diplomacy?: The Potential and Future Prospects of Anime Pilgrimage*, Faculty of Law, Department of Policy Studies, P. 93.

²⁹ Nye, J. S. (2008). *Public Diplomacy and Soft Power*. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94–109. doi:10.1177/0002716207311699

harus menggunakan unsur gencatan atau kekerasan yang justru dapat berdampak merugikan.

Penyebaran pengaruh suatu negara dengan instrumen *soft power* nya, dapat dengan mudah diterima oleh publik karena wujudnya yang tidak terlalu *high politics* dan juga tidak hanya terbatas dengan keterlibatan aktor negara. Dalam hal ini, aktor non-negara juga memiliki andil dalam membangun opini atau citra sebuah negara terhadap masyarakat publik. Diplomasi publik merupakan salah satu sarana pelaksanaan *soft power* suatu negara yang hingga saat ini masih sangat efektif digunakan. Pada awalnya, diplomasi publik aktif digunakan terutama oleh Amerika Serikat dan Uni Soviet, dalam persaingannya untuk menyebarkan pengaruh yang lebih kuat pada publik ketika Perang Dingin berlangsung. Seiring berjalannya waktu, kini pelaksanaan *soft power* suatu negara melalui diplomasi publik telah dilakukan oleh berbagai media salah satunya film. Melalui film, yang didalamnya melibatkan cerita dan karakter di dalamnya yang mengandung unsur-unsur mengenai kepentingan nasional dan juga memiliki peranan penting dalam menunjukkan keanekaragaman serta nilai yang dipegang oleh sebuah negara terhadap para audiens yang menyaksikan di belahan dunia manapun.³⁰

Salah satu jenis film yang dari dulu hingga sekarang telah menjadi populer bagi masyarakat mancanegara adalah *anime*. *Anime* merupakan singkatan yang umum digunakan untuk “animasi” Jepang. *Anime* merupakan sebuah tayangan

³⁰ Riptanti Widya Widya Tamara, “Potensi Film Sebagai Sarana Diplomasi Publik Indonesia (Partisipasi Indonesia Dalam Berlin ALE International Film Festival),” *EJournal Ilmu Hubungan Internasional* Unmul 6 (2016): 1017, [https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/JURNAL%20RIPTANTI%20WIDYA%20TAMARA%20\(08-29-17-03-16-13\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/JURNAL%20RIPTANTI%20WIDYA%20TAMARA%20(08-29-17-03-16-13).pdf).

animasi yang diproduksi di Jepang, dan memiliki perbedaan dengan kartun ataupun animasi dari negara lainnya karena proses produksinya yang lebih teknis dan asal-usulnya yang sudah hadir sejak 1 abad yang lalu.³¹ Dengan gambaran tangan yang digabungkan dengan animasi komputer, dihasilkan sebuah animasi dengan grafik serta warna yang ditujukan untuk menghidupkan karakter tersebut agar terlihat menarik bagi para penonton.³²

Menurut Jan Melissen, diplomasi publik merupakan usaha suatu negara dalam menyebarkan pengaruhnya untuk mengubah cara pandang publik terhadap negaranya melalui serangkaian strategi yang bersifat positif.³³ Sedangkan, menurut Nicholas J. Cull, menjelaskan bagaimana diplomasi publik memiliki lima elemen yaitu, mendengarkan (*listening*), advokasi (*advocacy*), diplomasi budaya (*cultural diplomacy*), diplomasi pertukaran (*exchange diplomacy*), dan siaran berita internasional (*international news broadcasting*), yang dianggap penting dalam pelaksanaan penyebaran pengaruhnya terhadap publik internasional.³⁴ Dalam bukunya yang lain, yaitu *Public Diplomacy : Lessons From The Past*, Cull turut menjelaskan mengenai perbedaan dari diplomasi tradisional dan diplomasi publik, dimana diplomasi tradisional merupakan upaya sebuah negara dalam mengelola lingkungan internasional dengan melibatkan aktor negara, sedangkan diplomasi

³¹ Kyle Deguzman, "Anime — Origins, Evolution and Modern Examples," StudioBinder, December 5, 2021, <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-anime-definition-examples/>.

³² Matt, "What Is Anime? The Definitive Guide • Filmmaking Lifestyle," Filmmaking Lifestyle, March 4, 2022, <https://filmlifestyle.com/what-is-anime/>.

³³ Jan Melissen, *The New Public Diplomacy : Soft Power in International Relations* (Basingstoke Palgrave Macmillan, 2008), 11–15.

³⁴ Nicholas J. Cull (2008). *Public Diplomacy in a Changing World // Public Diplomacy: Taxonomies and Histories. Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(), 31–54. doi:10.2307/25097993

public merupakan upaya negara dalam mengelola lingkungan internasional tidak hanya dengan melibatkan aktor negara melainkan juga aktor publik asing juga. Keterlibatan publik asing yang dimaksud dalam hal ini adalah, keterlibatan dari pihak lain seperti Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), perkembangan teknologi (untuk menyebarluaskan pengaruh suatu negara serta mempermudah pembentukan hubungan komunikasi antar negara), dan juga aktor non-negara yang dianggap berpengaruh.³⁵ Berangkat dari hal tersebut, muncul sebuah terminologi baru mengenai diplomasi publik, dimana diplomasi publik tidak hanya lagi berbicara mengenai pembangunan prestise atau citra internasional negara, akan tetapi mengenai bagaimana sebuah negara dapat menyebarkan *soft power*-nya untuk meningkatkan *nation branding* dari negaranya.³⁶ Diplomasi publik menurut Nicholas J.Cull juga dianggap mampu menggantikan konsep propaganda yang dianggap sebagai bentuk yang lebih eksplisit dari pemasaran, sehingga dapat disimpulkan bahwa diplomasi publik difokuskan bukan pada pembentukan suatu propaganda, melainkan pemasaran *branding* dari suatu negara.³⁷

Disisi lain, Jay Wang dalam jurnalnya yang berjudul “*Public Diplomacy and Global Business*”, juga turut berpendapat bahwa diplomasi publik merupakan sebuah konsep dalam ilmu hubungan internasional, yang dalam pelaksanaannya memiliki tiga tujuan utama, yaitu untuk mempromosikan tujuan serta kebijakan

³⁵ Nicholas John Cull and Darlene J Sadlier, *Public Diplomacy : Lessons from the Past* (Los Angeles: Figueroa Press, 2009), 13.

³⁶ Ibid.

³⁷ Ibid.

suatu negara, membangun komunikasi yang didasari oleh nilai dan sikap, serta untuk meningkatkan pemahaman antar masyarakat internasional.³⁸

Dalam hal ini, diplomasi publik menjadi sebuah sarana pelaksanaan *soft power* yang paling efektif digunakan. Diplomasi publik sendiri merupakan sebuah usaha negara dalam mengelola lingkungan internasional melalui penyebaran pengaruhnya di luar negeri.³⁹ Munculnya perkembangan era globalisasi, yang membuat seluruh masyarakat di dunia dapat terhubung melalui suatu jaringan, atau kini disebut sebagai *network society*, membuat pelaksanaan diplomasi budaya menjadi sebuah hubungan antar negara yang dapat bersifat *people to people (P to P)*. Dalam hubungan ini, penyebaran pengaruh melalui budaya tidak hanya terbatas dalam pembentukan kebijakan ataupun aktivitas diplomasi saja, melainkan dapat dilakukan melalui berbagai sumber seperti media massa, televisi, radio, film, dan masih banyak lagi. Hal ini dikarenakan oleh efektivitas budaya yang mampu digunakan oleh sebuah negara untuk merepresentasikan ataupun menunjukkan berbagai keunggulan yang dimiliki negaranya terhadap masyarakat internasional. Melalui diplomasi budaya, masyarakat antar negara dapat terhubung satu sama lain, terlepas dari adanya keberagaman pola pikir ataupun kebiasaan, yang justru dapat sebetulnya dapat membantu masyarakat untuk memahami satu sama lain, agar dapat mencegah terjadinya konflik dan membangun perdamaian internasional.

Praktik diplomasi publik dilakukan sebuah negara untuk mencapai berbagai kepentingannya, salah satu kepentingan suatu negara yang ingin dicapai melalui

³⁸ Jay Wang, "Public Diplomacy and Global Business," ed. Michael Goodman, *Journal of Business Strategy* 27, no. 3 (May 2006): 41–49, <https://doi.org/10.1108/02756660610663826>.

³⁹ *Ibid.*

pelaksanaan diplomasi publik adalah pembangunan citra baik. Pembangunan citra baik sebuah negara dapat terbentuk melalui *nation branding* yang dilakukan. *Nation branding* sendiri, merupakan strategi yang dilakukan oleh sebuah negara untuk memproyeksikan serta membangun reputasi baiknya di mata internasional.⁴⁰ *Nation branding* juga memiliki hubungan yang erat dengan identitas nasional sebuah negara, yang dapat berpengaruh terhadap bagaimana citra negara tersebut dapat dipandang oleh negara lain.⁴¹ Maka dari itu, dapat disimpulkan bagaimana pelaksanaan diplomasi publik dapat menjadi sarana yang tepat bagi suatu negara dalam menerapkan *soft power* nya dengan tujuan untuk mencapai kepentingan nasionalnya, terutama dalam membangun serta memperbaiki reputasi dan citra yang baik terhadap masyarakat internasional.

Dalam bukunya yang berjudul *Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences*, Gyorgy Szondi,



(2)

Gambar 1. 1 Diagram Hubungan antara Diplomasi Publik dan *Nation Branding*

⁴⁰ Ying Fan, "Branding the Nation: Towards a Better Understanding," *Place Branding and Public Diplomacy* 6, no. 2 (Mei 2010): hlm. 97–103, <https://doi.org/10.1057/pb.2010.16>.

⁴¹ *Ibid.*

menjelaskan bahwa konsep dari *nation branding* sendiri dianggap sebagai sebuah instrumen pendekatan dalam diplomasi publik yang biasa digunakan untuk suatu negara berkomunikasi agar terlihat lebih baik baik di hadapan warganya sendiri ataupun warga negara lain.⁴² Szondi juga turut memberikan lima pandangan berbeda untuk mengidentifikasi lebih dalam mengenai keterkaitan antara *nation branding* dan diplomasi publik.

Dalam penelitian ini, penulis berpacu pada skema kedua yang dijelaskan oleh Szondi untuk mengidentifikasi hubungan antara *nation branding* dan diplomasi publik. Dalam skema yang kedua, Szondi menjelaskan bagaimana diplomasi publik merupakan bagian dari *nation branding*, dimana diplomasi publik berperan dalam membangun bagian yang terintegrasi penuh dari *branding* suatu negara.⁴³ Seperti halnya, penggambaran mengenai diplomasi publik sebagai “*the branding techniques of politicians*”, disini dapat dilihat bahwa dalam memasarkan sebuah kebijakan luar negeri, dapat digunakan instrumen diplomasi publik menciptakan pandangan yang baik terhadap suatu negara, agar dapat menghasilkan berbagai peluang serta keuntungan yang pada akhirnya dapat membantu negara tersebut dalam mencapai kepentingan nasionalnya.⁴⁴

⁴² Gyorgy Szondi, “Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences,” January 1, 2008,. 13.

⁴³ Ibid, 19.

⁴⁴ Ibid.

1. 8 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.8.1 Metode Penelitian Data

Metode penelitian merupakan salah satu panduan utama dalam sebuah rancangan penelitian yang bertujuan untuk memfokuskan arah penelitian dalam lingkup bahasan tertentu juga dalam pengujian hipotesis, penggunaan teori, analisa data, serta merumuskan sebuah kesimpulan dalam penelitian.⁴⁵ Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan **metode penelitian kualitatif** yang lebih berfokus pada penerapan makna serta pemahaman informasi yang tersedia dan relevan untuk lebih memahami proses serta fenomena yang terjadi menggunakan eksplanasi yang lebih rinci dan mendetail. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penulis memilih metode kualitatif dalam penelitian ini dengan harapan untuk mendapatkan hasil analisa yang komprehensif mengenai topik yang dibahas.

1.8.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif yang difokuskan pada teknik studi kasus tunggal dengan analisis data menggunakan sekumpulan dokumen non-numerik dan lebih berfokus pada penggunaan data yang berbentuk deskripsi ataupun gambar secara visual untuk memperjelas pemahaman mengenai bagaimana film animasi *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* dapat menjadi sebuah bentuk diplomasi publik Jepang dalam menyebarkan pesan “anti-perang”. Selain itu, peneliti juga akan menggunakan film *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* dan review kritis mengenai film serta pelaksanaan *Focus Group*

⁴⁵ Todd Landman, *Issues and Methods in Comparative Politics: An Introduction* (New York: Routledge, 2003), p. 16-18.

Discussion (FGD) dengan beberapa partisipan yang merupakan penggemar *anime* dan film-film animasi produksi *Studio Ghibli*, terutama para partisipan yang telah menonton film *Grave of The Fireflies* (*Hotaru No Naka*) untuk mendapatkan hasil diskusi yang sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan dan diharapkan mampu memberikan pandangan baru mengenai pandangan para responden mengenai Jepang melalui film *Grave of The Fireflies* (*Hotaru No Naka*). sebagai data sekunder untuk semakin memperdalam jalannya serta hasil penelitian.

1.9 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini akan dibagi kedalam beberapa bab, yang di dalam setiap bab nya akan dijelaskan mengenai beberapa hal.

Pada **BAB I** yaitu bagian pendahuluan, peneliti akan menjelaskan mengenai latar belakang dari penelitian, identifikasi masalah yang kemudian di dalamnya mencakup pembatasan masalah yang akan diteliti serta perumusan pertanyaan penelitian. Selain itu, pada bab 1 ini peneliti juga akan membahas mengenai tujuan dan kegunaan penelitian, yang kemudian dilanjutkan dengan kajian literatur untuk membahas mengenai bahan bacaan yang menjadi acuan dalam penelitian, kerangka teori, serta metode dan teknik apa yang akan digunakan dalam penelitian.

Kemudian memasuki **BAB II**, peneliti akan menjelaskan terlebih dahulu bagaimana kondisi citra negara Jepang pasca Perang Dunia II dan bagaimana upaya yang dilakukan pemerintah Jepang dalam memperbaiki citra negaranya tersebut. Dalam bab 2 ini, peneliti juga akan turut menjabarkan lebih luas dan menjawab

pertanyaan dari penelitian mengenai bagaimana penerapan kebijakan “*Cool Japan Initiative*” dan budaya *pop-culture* Jepang (terutama *manga* dan *anime*), yang berhasil mengambil perhatian masyarakat internasional yang secara tidak langsung dapat berpengaruh terhadap pembangunan citra baik atau *nation branding* Jepang sebagai negara yang mengadvokasikan “anti-perang” serta ambisi Jepang untuk menjadi sebuah “*peace-loving nation*”. Serta bagaimana diplomasi publik disini memiliki peran aktif dalam membantu penyebaran pesan yang ingin disampaikan melalui film *Grave of the Fireflies (Hotaru No Naka)*.

Selanjutnya pada **BAB III**, didalamnya akan peneliti akan membahas mengenai signifikansi pelaksanaan rekonstruksi *nation branding* negara Jepang dengan menggunakan instrumen diplomasi publik negara Jepang, melalui film animasi *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)* dalam menyebarkan pesan “anti-perang” kepada audiensnya dan juga masyarakat internasional. Kemudian, juga peneliti akan menganalisis bagaimana pada akhirnya efektivitas diplomasi publik jepang dalam meningkatkan *nation brandingnya* melalui film animasi *Grave of The Fireflies (Hotaru No Naka)*, apakah berhasil dan dapat memenuhi tujuan akhir dari Jepang sendiri demi kepentingan nasionalnya atau tidak. Analisis akan dilakukan melalui penjabaran makna film secara mendalam baik melalui cerita pendek karya Akiyuki Nosaka dan juga film produksi Studio Ghibli karya Isao Takahata dengan judul yang sama, serta data-data yang telah dikumpulkan dan dibahas dalam BAB I hingga BAB II.

Dan terakhir, pada **BAB IV** peneliti akan akan menutup dengan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian yang telah dilaksanakan.