

BAB IV

KESIMPULAN

Seiring berkembangnya teknologi informasi dan munculnya globalisasi, maka proses diplomasi satu negara dengan negara lainnya mengalami perubahan dan tidak terkecuali pada Jepang. Kemudian rumusan masalah pada penelitian ini yaitu” Bagaimana diplomasi budaya populer Jepang membentuk pola konsumsi global di Indonesia melalui studi kasus *cosplay* grup Kadaluarasa”. Sedangkan, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan apakah dengan penggunaan budaya populer didalam diplomasi budaya Jepang dapat membentuk minat dan pola konsumsi masyarakat Indonesia terhadap produk-produk Jepang. Dan untuk mengetahui bagaimana diplomasi budaya populer Jepang di dalam studi kasus *cosplay* grup “Kadaluarasa”.

Diplomasi budaya Jepang tidak terlepas dari kepentingan negaranya. Kepentingan negara dapat pula sebagai sesuatu yang dilindungi dan menjadi ciri khas dari negara tersebut. Jepang merupakan negara dengan masyarakat yang memiliki budaya *visual* yang kuat. Hal tersebut tercermin dari kehidupan sehari-hari mereka yang menggunakan *Kana* dan *Kanji* sebagai tulisan sehari-hari. Selain itu, masyarakat Jepang memiliki apresiasi yang tinggi terhadap budaya *visual* yang terlihat dari cara mereka berpakaian. Sehingga, apresiasi yang tinggi terhadap kegiatan dipandang dan memandang atau budaya *visual* merupakan identitas fisik dan kultur yang dijaga dan dipertahankan oleh Jepang.

Budaya *visual* sebagai identitas fisik dan kultur di Jepang tersebut turut membantu dalam membentuk kebijakan luar negeri Jepang untuk menggunakan *manga*, *anime* dan *cosplay*. Ketiga hal tersebut lebih di fokuskan karena ketiganya memiliki unsur keterkaitan dan ketiganya pun merupakan produk budaya populer Jepang yang paling digemari di dunia. Adanya dukungan pemerintah Jepang pun turut berkontribusi dalam penggunaan budaya populer sebagai media diplomasi Jepang. Hal tersebut dikarenakan pemerintah Jepang ingin menggunakan media diplomasi yang kreatif sehingga hubungan Jepang dan negara lain lebih berbasis kepada *soft power* yang menyampaikan pesan bahwa Jepang adalah negara damai yang menjunjung tinggi nilai kebebasan berekspresi dan kaya akan budaya yang tidak terbatas hanya pada budaya tradisional saja tetapi dari sisi budayanya juga.

Masuknya budaya populer *ke Indonesia* dan kemudian diminati dan disenangi masyarakat Indonesia merupakan bukti bahwa pengaruh diplomasi Jepang dengan menggunakan budaya populer cukup berhasil dan cukup menguntungkan Jepang dengan adanya impor kebudayaan ke Indonesia. Berkembangnya budaya populer Jepang di Indonesia bermula dari adanya kegiatan meniru budaya populer tersebut sehingga masuk ke Indonesia, karena kegiatan meniru budaya lebih mudah dibandingkan menciptakan budaya baru. Seperti pada awal masuknya budaya populer Jepang yaitu *cosplay* yang awalnya meniru para remaja di Akihabara dan dimulai di Indonesia oleh para panitia acara Gelar Jepang Universitas Indonesia. Pada awalnya, masyarakat merasa asing dengan *cosplay* tetapi dengan berkembangnya *cosplay* di

Indonesia sekarang banyak komunitas *cosplay* yang tersebar di Indonesia yang salah satunya adalah grup *cosplay* “Kadaluarsa”.

Dengan berkembangnya *cosplay* pun mendorong kreatifitas lokal dengan memproduksi *merchandise* yang bersifat *fanbase*, fenomena ini muncul karena para penikmat budaya populer Jepang tetapi masih terkendala dengan kondisi ekonomi untuk selalu membeli *merchandise official* yang harganya dapat berkali lipat lebih mahal dari *merchandise* lokal. kegiatan produksi dan konsumsi tersebut masih berskala kecil dan belum masuk pada pasar global.

Kemudahan akses terhadap kebudayaan populer Jepang dengan adanya globalisasi pun memicu minat beli masyarakat Indonesia terutama para *otaku* yang merupakan pecinta kebudayaan populer Jepang yang biasanya membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang hobi seperti *merchandise* dan dapat mengkonsumsi barang-barang tersebut dengan mudah. Selain itu, para *otaku* di Indonesia pun dapat dengan mudah mendapatkan *merchandise official* dari Jepang dengan harga yang tidak jauh berbeda dan mendapatkan *merchandise* tersebut dengan waktu yang relatif sama dengan para *otaku* di Jepang dan para *otaku* di belahan dunia lainnya. meskipun budaya populer Jepang banyak berkembang dan diminati di Indonesia, tetapi konsumsi barang *merchandise official* belum terlalu naik signifikan hanya terbatas dinikmati oleh para penggemar dengan ekonomi tinggi.

Keterkaitan antara penggunaan budaya populer Jepang terutama *manga*, *anime* dan *cosplay* sebagai media diplomasi budaya, seperti telah dideskripsikan melalui

penelitian ini, dikaitkan dengan studi hubungan internasional dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan budaya populer oleh suatu negara sebagai media diplomasi untuk menggambarkan bahwa negara tersebut menggunakan *soft power* dalam hubungan internasionalnya seperti yang dikemukakan oleh Joseph Nye bahwa *Soft power* adalah kemampuan membentuk preferensi orang lain tersebut dikaitkan pula dengan kepribadian, budaya, nilai, dan institusi politis. Penggunaan *soft power* dalam hubungan internasional pun menggambarkan bahwa negara tersebut ingin menjalin hubungan yang tidak kaku dan menggambarkan bahwa negara tersebut menjunjung tinggi kebebasan berekspresi dan pemerintah Jepang pun ingin menggunakan ide-ide kreatif untuk membangun citra bahwa Jepang merupakan negara yang ramah.

adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti mengenai diplomasi budaya populer Jepang terutama yang akan difokuskan kepada *manga*, *anime* dan *cosplay* diharapkan untuk menggunakan sumber-sumber dan referensi yang terbaru agar penelitiannya terbaharui. Selain itu, saran selanjutnya untuk peneliti yang tertarik untuk meneliti diplomasi budaya populer Jepang di Indonesia, yang pertama dapat dilihat dari bagaimana dampak diplomasi budaya populer Jepang tersebut yang masuk ke masyarakat Indonesia baik dari segi ekonomi, sosial dan budayanya. Kedua adalah apakah dampak-dampak yang ditimbulkan dengan masuknya budaya populer Jepang di Indonesia lebih berdampak negatif ataukah memberikan dampak yang positif dan yang terakhir penelitian lainnya pun dapat difokuskan untuk mengapa yang paling merasakan dampak dari masuknya

diplomasi budaya populer Jepang ke Indonesia adalah remaja dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan sumber-sumber yang lebih akurat untuk melengkapi penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Jackson, Robert, dan Georg Sørensen. *Introduction to International Relations: Theories and Jurnal Approaches*. Edisi keempat. Oxford: Oxford University Press. 2010.

Suryokusumo, Sumaryo. *Praktik Diplomasi*. Jakarta: BP Iblam, 2004, A.A, Perwita., & Y. M., Yani. *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional Bandung*. PT Remaja Rosdakarya.2005

S.L Roy. *Diplomacy*. penerjemah Herwanto, Mirsawati Jakarta: Rajawali Pers, 1991

Djelantik, Sukawarsini. *Diplomasi Antara Teori Dan Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008

Mark Leonard, *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Center, 2002

Joseph S Nye, *The Changing Nature of world power*, political science quarterly of Chicago press 1963

Storey, Jim *Cultural Theory and Popular culture The Fifth Edition*, University of Sunderland. Diakses melalui [http://dlx.bok.org/genesis/572000/1692e0f4bec9d60504b2c6a053eaf43e/_as/\[John_Storey\]_Cultural_Theory_and_Popular_Culture\(b-ok.org\).pdf](http://dlx.bok.org/genesis/572000/1692e0f4bec9d60504b2c6a053eaf43e/_as/[John_Storey]_Cultural_Theory_and_Popular_Culture(b-ok.org).pdf)

Umar.S.Bakry, *Metode Penelitian Hubungan Internasional*, Pustaka Pelajar, 2016

William Wiersman dalam Sugiyono, “Memahami Penelitian Kualitatif”, Penerbit

Alfabeta, Bandung, 2009

Clements, Jonatan dan Helen Mc Carthy. *the Anime Encyclopedia: A Guide to*

Japanese Animation Since 1917. 2001

Rastati, Ranny. (2011). *Media dan Identitas: Cultural Imperialism Jepang Melalui*

Cosplay (Studi terhadap Cosplayer yang Melakukan Crossdress). Tesis.

Jakarta: Universitas Indonesia.

R.P. Barston, *Modern Diplomacy*, Longman, N.Y, 1997

Dokumen dan Publikasi Pemerintah Jepang

Ministry of Foreign Affairs of Japan, *Diplomatic Bluebook 2007*, 2007

Ministry of Foreign Affairs of Japan, *Diplomatic Bluebook 2005*, 2005

Jurnal

Ito, Kinko & Paul A. Crutcher, “*Popular Mass Entertainment in Japan: Manga,*

Pachinko, and Cosplay”

Sone, Yuji. (2014), “*Canted Desire : Otaku Performance in Japanese Popular*

Culture”

John W. McDonald, *Journal of Conflictology: The Institute for Multi-Track*

Diplomacy, Universitat Oberta de Catalunya, 2012.

Wim van Binsbergen, “Globalization, consumption and development”, African studies centre, Leiden, Free University, Amsterdam. Diakses melalui https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/9627/ASC_1239806_110.pdf?sequence=1 25 Februari 2018

Journal of Community Positive Practices, “Consumption, Consumer, Culture and consumer society”, diakses melalui <http://www.jppc.ro/reviste/JCPP%20Nr.%201%202013/articole/art10.pdf> pada 25 Februari 2018

Toshiya Nakamura, : Japan’s New Public Diplomacy: Coolness in Foreign Policy Objectives: Diakses melalui <https://www.lang.nagoya-u.ac.jp/media/public/mediasociety/vol5/pdf/nakamura.pdf>

McGray, Douglas. Foreign Policy; “Japan's gross national cool”, Japan's gross national cool, Washington, 2002, Diakses 13 Desember 2017, <https://search.proquest.com/docview/224036374?pq-origsite=gscholar>

Situs Web

Abdillah Arief, “Definisi Globalisasi Menurut 25 Ahli”.

<https://www.scribd.com/doc/78357992/Definisi-Globalisasi-Menurut-25-Ahli>

Kedutaan Besar Jepang di Indonesia, “Kebudayaan. Diakses pada tanggal 28 Agustus 2016. http://www.id.embjapan.go.jp/expljp_09.html

Tensai-Indonesia,” Sejarah *Cosplay* Jepang di Indonesia”.

<http://tensai-indonesia.com/sejarah-cosplay-jepang-di-indonesia/>

Anime Festival Asia, “About AFA”.<https://animefestival.asia/afa/>

Antaranews. “Ribuan Pengunjung Padati Anime Festival Asia”//
<http://www.antaranews.com/berita/330715/ribuan-pengunjung-padati-anime-festival-asia-indonesia-2012>

Institute for cultural diplomacy, “what is cultural diplomacy”.
http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy

Guru IPS, “Difusi Kebudayaan (Pengertian, jenis, contoh, bentuk dan dampak difusi budaya). <http://www.guruips.com/2016/12/difusi-kebudayaan-pengertian-contoh.html>

Ahmad Fathoni , Zona Siswa, “Sistem Pemerintahan Jepang.
<http://www.zonasiswa.com/2015/11/sistem-pemerintahan-jepang.html>

Rafael E. Beermann, “Introduction to the Japanese Writing System”,.
https://www.uni-due.de/imperia/md/content/japan/introduction_to_kanji.pdf

Rujak, Hikmat Darmawan. “Budaya Visual dan Ledakan Informasi: Oleh-oleh dari Jepang”, <https://rujak.org/budaya-visual-dan-ledakan-informasi-oleh-oleh-dari-jepang/>

Research center for regional resources Indonesian Institute of sciences, “Cool Japan, Creative Korea, and Globalization of Popular Culture: What’s to Notice?”.
<http://psdr.lipi.go.id/news-and-events/opinions/157-cool-japan-creative-korea-and-globalization-of-popular-culture-what-s-to-notice>

Thoughtco, “The United States and Japan After World War II: From Enemies To Allies”

. <https://www.thoughtco.com/the-us-and-japan-after-world-war-ii-3310161>

Jack Shepherd, “Your Name beats Spirited Away to become highest-grossing anime ever: The film has grossed £383,543 in the UK to date”,

<http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/news/your-name-spirited-away-highest-grossing-anime-of-all-time-a7530876.html>

Institute for cultural diplomacy, “what is cultural diplomacy”,

http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy

Ministry of Foreign Affairs Japan, “Cultural exchange: pop-culture diplomacy”,

<http://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/index.html>

The Ministry of Foreign Affairs Japan, “Respect for Fundamental Human Rights in the Constitution of Japan.”,

http://www.mofa.go.jp/policy/human/race_rep1/intro.html

Aaron Albert, Manga 101 - Basic Walk-through of the Manga World“,

<https://www.thoughtco.com/manga-world-101-805003>

The Ministry of Foreign Affairs Japan, “Japan International Manga Award“

,<http://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/manga/>

Kyoto International Manga Museum, “Outline of the Kyoto International Manga Museum”<https://www.kyotomm.jp/en/about/summary/>

Animindo, “Sejarah Singkat Anime dan Manga”, http://www.animindo.net/wp-content/uploads/2013/02/sejarah_anime.pdf

Thedailyjapan, “Sejarah Perkembangan Anime di Jepang”,
<http://thedailyjapan.com/sejarah-perkembangan-anime-di-jepang/>

NBC NEWS, “Japan Appoints Cartoon Ambassador: Foreign Minister taps robot cat to promote anime to the world”,
http://www.nbcnews.com/id/23716592/ns/world_news-asia_pacific/t/japan-appoints-cartoon-ambassador/#.WgZ2p1WWbIV

Cheat Code Central, “playing dress-up for adults: The History of Cosplay”,
<http://www.cheatcc.com/extra/cosplayfeature.htm>

Kotaku, “Comiket” is not just about comics. “It’s also about Cosplay”,
<https://kotaku.com/comikets-not-just-about-comics-its-also-about-awesom-1492997865>

WCS, “about WCS”, <http://www.worldcosplaysummit.jp/en/about/>

Hasan Kurniawan, “Keberhasilan Diplomasi Budaya Jepang di Indonesia”,
<https://nasional.sindonews.com/read/1013425/144/keberhasilan-diplomasi-budaya-jepang-di-indonesia-1434461995>

Tempo.co, “Serial Manga One Piece Raih Guinness World Record”, ,
<https://dunia.tempo.co/read/675768/serial-manga-one-piece-raih-guinness-world-record>

Okezone.com, “Harajuku Style, Street Fashion Tanpa Aturan”,

<https://lifestyle.okezone.com/read/2008/10/12/194/153115/harajuku-style-street-fashion-tanpa-aturan>

Hilman Sky, “Sejarah Lengkap Penayangan Anime di Indonesia”,

<http://hilmansky.com/anime/sejarah-lengkap-penayangan-anime/>

The President Post, “Indonesia Took 3rd Place on World Cosplay Summit 2012”,

<http://www.thepresidentpost.com/2012/09/23/indonesia-took-3rd-place-on-world-cosplay-summit-2012/>