



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

Diplomasi Budaya Jepang terhadap Indonesia melalui
Anime: Kimi no Na wa

Skripsi

Oleh

Muhammad Revinsyah

2014330013

Bandung

2018



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

Diplomasi Budaya Jepang terhadap Indonesia melalui
Anime: Kimi no Na wa

Skripsi

Oleh

Muhammad Revinsyah

2014330013

Pembimbing

Albert Triwibowo, S.IP., MA.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Muhammad Revinsyah
Nomor Pokok : 2014330013
Judul : Diplomasi Budaya Jepang terhadap Indonesia melalui *Anime: Kimi no Na wa*

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 16 Juli 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Dr. Aknolt Kristian Pakpahan.

: 

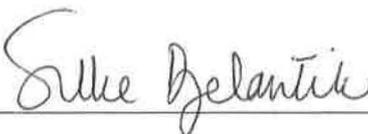
Sekretaris

Albert Triwibowo, S.IP., M.A.

: 

Anggota

Sukawarsini Djelantik, Ph.D.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Lembar Pernyataan



Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Revinsyah
NPM : 2014330013
Jurusan / Program Studi : Hubungan Internasional
Judul : Diplomasi Budaya Jepang terhadap Indonesia melalui
Anime: Kimi no Na wa

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 tanggungjawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 10 Juli 2018.



Muhammad Revinsyah

ABSTRAK

Nama : Muhammad Revinsyah
NPM : 2014330013
Judul : Diplomasi Budaya Jepang terhadap Indonesia melalui *Anime: Kimi no Na wa*

Film dapat digunakan sebagai alat bantu diplomasi budaya yang bisa menciptakan citra untuk suatu bangsa. Budaya juga bisa digunakan untuk mempererat hubungan internasional di tingkat individu atau masyarakat. Caranya adalah dengan memasukan budaya, norma, dan lokasi ke dalam film *anime*. Tulisan ini bertujuan untuk menjawab bagaimana *anime* digunakan untuk diplomasi Jepang ke Indonesia. Untuk membuktikan ini, peneliti memilih Jepang sebagai negara yang akan dibahas. Contoh kasus yang digunakan adalah *anime Kimi no na wa* yang sangat laku di dunia internasional dan mendapatkan penghargaan sebagai *best animated film*. *Anime* dapat mendukung diplomasi budaya sebuah negara dengan memasukan lokasi, budaya dan norma suatu negara. Jepang memasukan lokasi, budaya dan norma dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang negara Jepang. *Anime Kimi no Na wa* memperlihatkan kepada Indonesia bahwa Jepang adalah negara yang indah. Upaya ini juga memberikan citra baru seperti Jepang sebagai negara yang indah kepada Indonesia dengan cara memperlihatkan lokasi di Tokyo dan Hida. Upaya ini juga memiliki tujuan untuk menjaga hubungan baik antara Jepang dan Indonesia.

Kata Kunci: diplomasi budaya, *anime*, Jepang, Indonesia, pariwisata.

ABSTRACT

Nama : Muhammad Revinsyah
NPM : 2014330013
Judul : Japanese Culture Diplomacy to Indonesia Through Anime: Kimi no Na wa

Film can be used as a cultural diplomacy tool that can create an image for a nation. Culture can also be used to strengthen international relations at the individual or community level. The method is to incorporate culture, norms, and location into the anime movie. This paper aims to answer how anime is used for Japanese diplomacy to Indonesia. To prove this, the researchers focused on Japan as the country to be discussed. The example are Kimi no Na wa anime that is very salable in the international world and get the award as the best animated film. Anime can support the cultural diplomacy of a country by showing the location, culture and norm of a country. Japan show locations, cultures and norms with the aim to increasing public knowledge about Japan. Anime Kimi no Na wa shows Indonesia that Japan is a beautiful country. This effort also provides a new image such as Japan as a beautiful country to Indonesia by showing their location in Tokyo and Hida. This effort also has a goal to maintain good relations between Japan and Indonesia.

Keywords: cultural diplomacy, anime, Japan, Indonesia, tourism.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan anugrahNya saya mampu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi ini berjudul “Diplomasi Budaya Jepang terhadap Indonesia melalui *Anime: Kimi no Na wa*”

Hasil penelitian ini berisi mengenai bagaimana *anime* digunakan untuk diplomasi Jepang ke Indonesia. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mata kuliah skripsi dalam program Strata-1 pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional. Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial di Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari akan segala keterbatasan dan kekurangan yang ada dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk melengkapi skripsi ini. Penulis juga berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya bagi pembaca yang menekuni bidang Ilmu Hubungan Internasional.

Bandung, 10 Juli 2018

Muhammad Revinsyah

Ucapan Terimakasih

Pertama terimakasih kepada **Allah SWT** yang telah melancarkan dan memberikan saya jalan untuk bisa menyelesaikan skripsi saya tepat waktu. Terimakasih kepada **Orang tua** saya terutama **Ibu** saya yang sudah merawat dan membiayai saya selama menjalankan kuliah di Unpar. Terimakasih kepada **Alm Mas Arie** yang telah menjadi dosen wali saya selama 3 smster, semoga Alm diterima disisiNya. Terimakasih juga untuk **Mas Abe** yang sudah menjadi dosen wali dan dosen pembimbing yang selalu memberikan saya semangat dan referensi baru untuk penelitian saya. Terimakasih untuk **Bang Tian** dan **Mba Suke** yang telah menjadi dosen penguji dan memberikan masukan yang bisa membantu untuk membuat penelitian saya menjadi lebih baik.

Kedua terimakasih kepada **HSIV** dimulai dari **Kevin, Tian, Sam, Kanda, Karna, Aldi, Agan, Faiz, Ardi, Rizky, Iki, Randi, Yudha, Toke, Dhafin, Alidja, Arfi, Adit, Benny dan Jajang** yang sudah selalu menemani sejak smp yang sekaligus menjadi tempat pulang ketika saya stress menjalani perkuliahan kalian menjadi penyemangat banget ketika mumet sama tugas dan kalian udah kaya keluarga banget pokonya terimakasih yah !

Ketiga terimakasih buat **Arti, Nabila, dan Aufha** yang sering ngajak main tiap malem entah itu ngeteh atau nongki2 biasa ngomongin film. Terimakasih buat **Alifanisa** yang udah mau ngajarin edit tentang premiere pro dan tentang perfilman. Terimakasih buat **Jundan** dan **Cein** yang suka nemenin main dota waktu masih maba meskipun gara-gara dota waktu jadi kebuang banyak jadi sering lupa ngepaper.

Keempat terimakasih kepada **Hasbunallah** dimulai dari **Ijal** yang selalu ngejokes recek tapi bisa ngebuat kita ketawa sampai orang lain keganggu dan temen chat random aing, **Ilham** temen dari smp yang suka ngaret tapi terimakasih sudah mau anter kesana kemari, teman gabut juga teman jalan-jalan dan semangat Ham cepet beresin kuliahnya! **Djody** yang selalu semangat kalo udah ngomongin soal shooting film atau buat film yang selalu nemenin kalo lagi nongkrong di CoopSpace, **Denna** si pemilik kosan yang selalu menjadi tujuan kalo kelas ditiadakan atau nunggu kelas berikutnya, **Jeni** si perempuan jutek tapi asik kalo udah kenal, temen dari maba sampai senior dan juga head delegation semasa prakdip dan **Sarah** si perempuan yang selalu riweh dan sibuk sendiri sampai susah ngumpul.

Keenam terimakasih buat **ROGER Aldy, Akang Adam Fuad Al, Ari Budi, Aan, Egar, King Eza, Fah, Reyhan, Owi, Tingtong Reizka, Ikiw, dan Berlinda** yang udah nemenin selama masa perkuliahan, sering ngajak nongkrong bareng dan teman berendam selama masa perkuliahan. Terimakasih juga buat **Alm Prana** semoga tenang di sisiNya Pran! Kita gaakan ngelupain dan kita bakalan selalu nengok ke makam.

Ketujuh terimakasih buat **RUANG FILM BANDUNG**, Mba Ilma, Deni, Ryan, Juple, Vicray, Bagja, Dewi, Dyanti, Yoda, Keanu, Kenta, Papoy, Hasbi, Dian, Riyan, Febri, Aya, Meggy, Adam, Rival, Risa, Muklis, Rifki, Kris, Al, Aujan, Uji yang udah ngajarin teknik-teknik ngebuat film, yang udah ngajak ngebuat film pas masa2 skripsi, pengalaman ngebuat film sama kalian pokonya terbaik deh !

Kedelapan terimakasih untuk **EXRAL Production Vio, Nadia, Mariz, Rean, Nonon, Rinik, Dimas, Resa**, dan **Mang Atuy** yang ngebuat masa akhir di perkuliahan ga ngebosenin karena ada terus take video buat ltheek atau *public challenge*. Gak lupa buat teman selama begadang ngerjain skripsi **Promag, Jungle Juice Apple**, dan **Lilin Aroma Therapy Candlelite Company** yang selalu membuat ga ngantuk, ga laper kalo lupa makan.

Kesembilan terimakasih buat, **Koko Martin, Alvon**, dan **Vodi** yang sering ngajak jalan dan nongkrong malem malem hanya untuk absen sama makasih yah **Ko Martin** udah ngajarin mobil

Terkahir terimakasih untuk **Ratu Shelma, Feli, Mandy** temen dari sekoci yang selalu buat janji mau main dari maba tapi sampai lulus gapernah jadi main bareng. **HI UNPAR 2014** kenangan selama **Gintre, Prakdip, PMKT**, dan **FON**. Semoga HI 2014 tetep kompak dan ga lupa satu sama lain ! Terimakasih **2014330020** yang sudah memberikan pengalaman selama 4 tahun dan menjadi inspirasi teman-teman untuk membuat slempang saya.

Daftar Isi

Abstrak	i
<i>Abstract</i>	ii
Kata Pengantar	iii
Ucapan Terimakasih.....	iv
Daftar Gambar.....	vii
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.2.1 Pembatasan Masalah	3
1.2.2 Pertanyaan Penelitian	4
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Kegunaan Penelitian	5
1.4 Kajian Pustaka	5
1.5 Kerangka Pemikiran	8
1.6 Metode Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data	13
1.6.1 Metode Penelitian	13
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	13
1.7 Sistematika Pembahasan	14
BAB II <i>Anime</i> dan Diplomasi Budaya Jepang.....	15
2.1 <i>Anime</i> dan Perkembangannya	15
2.2 <i>Anime</i> Sebagai <i>Soft Power</i> dan Diplomasi Budaya Jepang	20
2.2.1 Diplomasi Budaya dan Kebudayaan Jepang.....	28
2.3 <i>Anime Kimi No Na Wa</i>	32
Bab III Hubungan Jepang dan Indonesia	38
3.1 Kerja Sama Jepang dan Indonesia.....	46
3.2 Budaya Jepang di Indonesia.....	48
Bab IV <i>Kimi no Na wa</i> Sebagai Diplomasi Budaya Jepang ke Indonesia	51
4.1 <i>Anime</i> di Indonesia.....	51
4.2 <i>Kimi no Na wa</i> Sebagai Diplomasi Budaya Jepang di Indonesia	53
Bab V	76
Kesimpulan	76
Daftar Pustaka	78

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Dragon Ball	18
Gambar 2. 2 Avatar The Last Airbender.....	20
Gambar 2. 3 Poster <i>Kimi no Na wa</i>	33
Gambar 4. 1 Mitsuha melakukan ritual membuat <i>kuchikamikaze</i>	54
Gambar 4. 2 Pulau Aogashima	55
Gambar 4. 3 Antusias dari penonton di Jakarta	57
Gambar 4. 4 <i>Website</i> resmi CGV	58
Gambar 4. 5 <i>Website</i> resmi untuk tur <i>Kimi no Na wa</i>	63
Gambar 4. 6 Jembatan di depan Stasiun Shinanomachi	64
Gambar 4. 7 Menara DoCoMo.....	65
Gambar 4. 8 Museum Meiji	66
Gambar 4. 9 Pusat Seni Nasional.....	67
Gambar 4. 10 Presimpangan di dekat Kantor Polisi Shinjuku.....	68
Gambar 4. 11 Shinjuku O-Guard	69
Gambar 4. 12 Kuil Sannogu Hie	70
Gambar 4. 13 Sungai Suwa.....	71

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia seperti sudah tidak memiliki batas karena adanya globalisasi yang membuat setiap orang tidak terikat oleh suatu Negara atau batas-batas wilayah. Globalisasi membuat kita mempelajari tentang dunia sosial, kebudayaan manusia dan pembelajaran mengenai globalisasi kini hadir hampir di seluruh disiplin ilmu. Sebagai contohnya adalah muncul integrasi ekonomi di seluruh dunia, munculnya arus budaya transnasional, proses politik global, lembaga transnasional, pola migrasi, identitas baru dan komunitas transnasional baru. Kajian mengenai globalisasi telah berkembang dan memiliki penelitian spesifik mengenai dampak globalisasi terhadap Negara dan wilayah tertentu. Dengan adanya globalisasi muncul banyak topik baru yang bisa untuk di bahas dari mulai perubahan di suatu Negara, pariwisata global, media global, kejahatan di dunia dan lain lain. Karena globalisasi memiliki area yang cukup luas maka di buatlah fokus penelitian di akademik seperti studi mengenai budaya, sosial, sejarah, hukum, *gender*, sastra dan lain-lain.¹

Diplomasi yang dilakukan juga tidak seperti dulu. Pada awalnya, diplomasi hanya membahas mengenai masalah struktur dan menjadi suatu bentuk proses komunikasi antar negara satu dengan negara lainnya. Diplomasi ini juga disebut dengan *first-track diplomacy* dimana hanya negara yang bisa melakukan aktivitas

¹ George Ritzer, *The Blackwell Companion to Globalization*, Blackwell Publishing Australia, 2007, 125

diplomasi. Diplomasi ini diatur pada suatu hubungan bilateral yang dilakukan secara rahasia dan memiliki prosedur yang khusus dan memiliki orientasi di bidang *high politics* seperti isu perang, perdamaian, serta batas-batas negara.² Tetapi pada saat ini diplomasi yang dilakukan bersifat terbuka. Terdapat beberapa karakteristik yang berbeda pada diplomasi abad 21 ini mulai dari orientasi yang memasukan *human right, gender* dan lainnya. Muncul juga beberapa aktor baru yang membuat diplomasi ini lebih rumit seperti *Intergovernmental Organization, Non-Governmental Organization, MNC* dan bahkan individu.³

Anime yang berasal dari Jepang memiliki tujuan untuk menghibur karena pada biasanya, *anime* memiliki sebuah jalan cerita yang mudah ditangkap oleh siapapun. Dengan adanya perkembangan teknologi pada saat ini, untuk menonton *anime* menjadi mudah karena bisa dilakukan melalui *smartphone* atau komputer. *Anime* juga memiliki beberapa kategori seperti *action, comedy, drama, fantasy, mecha, horror* dan lain lain sehingga bisa dinikmati oleh banyak kalangan.

1.2 Identifikasi Masalah

Saat menonton film, terkadang terdapat latar belakang dari suatu adegan di dalam film yang menarik perhatian penonton dan menimbulkan keinginan untuk mengunjungi lokasinya. Cerita di dalam film memiliki suatu kesempatan agar tempat di dalam ceritanya menjadi ramai dikunjungi oleh wisatawan atau untuk memperlihatkan budaya negaranya. Oleh karena itu penayangan suatu lokasi di

² Geraud, Andre. "*Diplomacy, Old and New.*" Foreign Affairs. Diakses pada 22 Juni, 2018. <https://www.foreignaffairs.com/articles/1945-01-01/diplomacy-old-and-new>.

³ "Diplomacy for the 21st Century", Foreign Affairs. Diakses pada 22 Juni, 2018. <https://www.foreignaffairs.com/sponsored/diplomacy-21st-century>.

dalam film animasi bisa dibuat menjadi salah satu teknik untuk menggambarkan bagaimana keadaan negara tersebut.

Adanya globalisasi telah meningkatkan ketergantungan antar negara, ekonomi dan masyarakat. Proses ini telah menciptakan pasar pariwisata global dimana tujuan dapat bersaing atas dasar kesetaraan terlepas dari negara asalnya dan globalisasi juga telah membuka peluang untuk sebuah pekerjaan baru. Pariwisata bisa mempengaruhi sisi penawaran dan permintaan di dalam banyak hal.⁴ Fenomena penggunaan media film maupun film animasi sebagai teknik untuk mempresentasikan negara ini menarik untuk diulas namun kali ini objek penelitiannya hanya berupa film animasi *Kimi no Na wa*.

Jepang memunculkan lokasi-lokasi dan budaya negaranya kedalam film animasi sebagai suatu upaya untuk mempresentasikan wilayahnya. Jepang merupakan negara yang terkenal dengan film animasinya atau yang biasa di kenal dengan *anime*. Hal ini bisa menjadi suatu jembatan baru bagi Jepang untuk melakukan diplomasi tentang negaranya melalui film *anime*. Jepang juga memberikan pengetahuan mengenai budaya, kebiasaan, dan makanan negaranya. Topik ini menjadi sebuah hal yang menarik dan penting untuk dibahas dalam suatu karya tulis.

1.2.1 Pembatasan Masalah

Pembahasan mengenai penggunaan film animasi Jepang sebagai sebuah alat promosi diplomasi budaya akan dilakukan dengan mengambil beberapa contoh kasus lokasi dan budaya Jepang yang dimunculkan di dalam film animasi. Maka

⁴ Vesna Peric, "Tourism And Globalization" MSc., University of Primorska, Slovenia, 2005, 34 Diakses pada 22 Juni 2018

penentuan film dapat mengacu kepada seberapa sukses film animasi itu di dunia internasional dan seberapa banyak tempat di Jepang yang masuk ke dalam film tersebut. Film animasi yang dijadikan contoh kasus adalah *Kimi no Na wa*.

Film animasi *Kimi no Na wa* atau *Your Name* adalah film yang dibuat pada 26 Agustus 2016 dan menghasilkan total 770 juta yen di Jepang.⁵ Film animasi ini juga mendapatkan pendapatan sebesar 23 miliar yen di dunia internasional dan memecahkan rekor pendapatan tertinggi sepanjang masa dalam kategori film animasi 2 dimensi di tahun 2016.⁶ Pada awalnya *anime* hanya digunakan sebagai media hiburan. Pada saat ini *anime* memiliki tujuan untuk merubah pandangan dan menarik minat warga asing untuk mengunjungi Jepang.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan riset pada penelitian ini adalah bagaimana *anime* digunakan untuk diplomasi Jepang ke Indonesia?

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penulisan penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan peran *anime* dalam mendukung diplomasi budaya Jepang ke Indonesia dengan memperkenalkan budaya dan tempat-tempat pariwisata di Jepang.

⁵ “Wow! Kimi No Na Wa Telah Meraup Pendapatan 3 Triliun Rupiah”, KotakGame, Diakses pada Juni 22, 2018. <http://www.kotakgame.com/berita/detail/68671/Wow-Kimi-no-Na-wa-Telah-Meraup-Pendapatan-3-Triliun-Rupiah>.

⁶ Yudi. “Kimi No Na Wa Menjadi Anime Dengan Pendapatan Terbesar Di Dunia”, Kupaman, Diakses pada Juni 22, 2018. <http://www.kupaman.com/artikel/kimi-no-na-wa-menjadi-anime-dengan-pendapatan-terbesar-di-dunia>.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penulisan penelitian ini di antaranya adalah memberikan pengetahuan baru dan referensi tempat pariwisata baru bagi pembaca yang memiliki minat dibidang pariwisata dan menyukai film animasi. Selain itu penulisan ini juga diharapkan dapat memberikan sebuah gambaran bagaimana perindustrian seperti film animasi yang ada di Jepang berperan dalam mempromosikan sektor industri melalui film *anime*.

1.4 Kajian Pustaka

Artikel yang akan di kaji dalam tulisan ini adalah artikel berjudul “*Marketing Japan's travel and tourism industry to international tourists*”. Artikel ini membahas beberapa sarana dan bagaimana Jepang meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara untuk dapat berkunjung ke negaranya. Jepang memiliki sebuah program “*Yokoso!*” yang diperkenalkan pada tahun 2003 atau dapat juga disebut dengan sebuah slogan dan merumuskan rencana taktis pemasaran dan strategi jangka panjang. Industri pariwisata di Jepang telah tumbuh sedikit demi sedikit dari tahun 2006 dan diperkirakan pada tahun 2010 Jepang akan menciptakan sebuah lapangan pekerjaan yang baru jika jumlah wisatawan asing terus datang ke Jepang. Melalui “*Yokoso! Japan*” Perdana Menteri Koizumi menetapkan bahwa Jepang memiliki target untuk menarik sepuluh juta pengunjung pada tahun 2010 kemudian *Japan National Tourism Organization (JNTO)* memulai sebuah kampanye “*Visit Japan*” yang merupakan sebuah promosi strategis pariwisata yang didasari dari “*Yakoso ! Japan*”. Kampanye yang dilakukan pada tahun 2010 ini hanya berfokus

di beberapa negara Asia, Eropa dan Amerika Utara.⁷ Kelebihan dari artikel ini adalah membahas peran pemerintah untuk melakukan peningkatan turisme asing yang berfokus pada negara Asia, Eropa dan Amerika Utara.

Artikel kedua berjudul “*The Ambivalent Relationship of Japan's Soft Power Diplomacy and Princess Mononoke: Tosaka Jun's philosophy of culture as moral reflection*”. Artikel ini membahas bagaimana Jepang menggunakan kekuatan *soft power* dan budaya di dalam film animasi yang berjudul *Princess Mononoke*. Jepang menggunakan budaya sebagai daya tarik baru yang sama sekali tidak terpengaruhi *hardpower*, ekonomi atau psikologis. Jepang telah mengembangkan kekhasan tertentu selama 250 tahun sebagai negara yang terisolasi dan independen pada Era Tokugawa.⁸ Salah satu efek residual yang terlihat pada abad 21 ini adalah sistem kaisar, keunikan formal budaya pop jepang yang kini ada di dalam *anime* dan *manga* yang juga merupakan pengaruh dari seni tradisional Jepang. Jepang memiliki keinginan untuk memperluas pengaruh budaya ke seluruh dunia dengan menggunakan film *Princess Mononoke*. Dengan bekerja sama dengan *Ministry of Foreign Affairs of Japan*, Jepang menggambarkan bahwa film-film ini akan populer dan menjadi sebuah kekuatan budaya di kalangan remaja terutama di negara-negara Asia.⁹ Kelebihan dari artikel ini adalah lebih membahas bagaimana sebuah filosofi

⁷Austin Uzama. “Marketing Japan’s Travel and Tourism Industry to International Tourists - ProQuest.”.International Journal of Contemporary Hospitality Management. Bradford, 2009 356 – 365. Diakses pada September 9, 2017. <https://search.proquest.com/docview/228338149/fulltext/4368D4319274C0EPQ/1?accountid=31495>

⁸ Shimizu Kosuke. “The Ambivalent Relationship of Japan’s Soft Power Diplomacy and Princess Mononoke: Tosaka Jun’s Philosophy of Culture as Moral Reflection - ProQuest.”., Japanese Journal of Political Science. Cambridge , 2014 683 – 698. Diakses pada September 9, 2017. <https://search.proquest.com/docview/1695738362/4AADEA6A024F496CPQ/11?accountid=31495>

⁹ *Ibid.*

yang ada di dalam film *Princess Mononoke* dapat mempengaruhi pandangan masyarakat dunia mengenai Jepang.

Artikel ketiga berjudul “*I Want to Go Far Away: Discover Japan and Japanese Identity Tourism in the 1970s*”. Artikel ini membahas tentang bagaimana Jepang ingin mempromosikan negaranya agar bisa dikunjungi oleh banyak wisatawan tetapi pada tahun 1990s Jepang ingin memberikan pengalaman wisata dalam bentuk pendidikan. Dibantu oleh *Discover Japan* yang memanfaatkan beragam ritual dan arsitektur untuk menciptakan rasa Jepang adalah rumah yang di tambah dengan lagu *furusato*. *Discover Japan* juga menunjukkan bahwa titik fokus budaya di Jepang bukan hanya ciptaan modernnya saja tetapi juga situs-situs yang terkait dengan perang masa lalu dan juga kuil-kuil.¹⁰ Jepang ingin mendatangkan banyak wisatawan agar perekonomiannya dapat terbantu dan juga ingin memperkuat budaya milik sendirinya agar budayanya tidak mudah tercampur dengan budaya asing.

Artikel keempat berjudul “*The Role of Film in Brand, Branding, Rebranding and International Diplomacy: Collected Essays*”. Artikel ini membahas tentang peran film dapat membantu mempromosikan produk baik dalam negeri maupun luar negeri. Perusahaan yang sudah melakukan kerja sama dengan suatu film biasanya memasukan logo dari produk tertentu ke dalam film. Pada abad 21, film menjadi salah satu saluran terbaik untuk dapat mempromosikan merek tertentu dan

¹⁰ Middeler Sawyer. “I Want to Go Far Away: Discover Japan and Japanese Identity Tourism in the 1970s - ProQuest.”., *Studies on Asia*. 2016 96 – 121,156. Diakses pada September 9, 2017. <https://search.proquest.com/docview/1777745592/CA23C33D23014890PQ/10?accountid=31495>

jika film tersebut mendapatkan nominasi, maka merek tertentu yang terdapat dalam film tersebut akan mendapat konsumen baik di dalam negeri maupun di luar negeri karena terkadang film yang mendapatkan sebuah nominasi akan di putar di banyak negara.¹¹ Kelebihan dari artikel keempat ini adalah artikel ini lebih memfokuskan pada bagaimana promosi sebuah produk tertentu di dalam sebuah film.

Empat artikel di atas telah menjelaskan bagaimana peran pemerintah, diplomasi budaya dan film sebagai sebuah alat yang bisa mempromosikan dan merubah pandangan masyarakat. Maka tulisan ini akan membahas tentang peran pemerintah Jepang menggunakan film animasi untuk mempromosikan pariwisata dan juga memperkenalkan budayanya.

1.5 Kerangka Pemikiran

Diplomasi adalah sarana yang digunakan oleh negara dan juga non-negara seperti *non-governmental organization*, *inter-governmental organization*, *multinational corporation*, dan individu di seluruh dunia melakukan negosiasi untuk memastikan hubungan yang damai.¹² Tugas utama diplomasi untuk melindungi kepentingan negara yang menyangkut politik, hubungan ekonomi, budaya, penyelesaian sengketa, dan juga bisa untuk membela hak asasi manusia. Diplomasi bisa terjadi dalam konteks bilateral dan multilateral.¹³

¹¹ Onyigbuo Stephen Uche. "The Role Of Film In Brand, Branding, Rebranding, And International Diplomacy: Collected Essays - ProQuest.", *Arabian Journal of Business and Management Review*. Sohar, 2012 18 - 60 Diakses pada September 9, 2017. <https://search.proquest.com/docview/1170820406/CD00253C42564377PQ/13?accountid=31495>.

¹² Federal Departmen of Foreign Affairs. "*ABC of Diplomacy*", FDFA. 3

¹³ *Ibid.*

Di dalam diplomasi terdapat *hard power* dan *soft power*. Menurut Joseph Nye *soft power* merupakan daya tarik suatu negara untuk memperoleh tujuan melalui sebuah ketertarikan individu. Pengaruh *soft power* melibatkan indikator ekonomi, lembaga politik, budaya dan organisasi. *Soft power* dapat menarik perhatian dari masyarakat asing dan meningkatkan perdagangan serta memberikan pengaruh politik negara secara global.¹⁴ Oleh karena itu *soft power* dianggap dapat mengubah perilaku sebuah negara melalui preferensi masyarakat tertentu. Proses-proses yang terlibat dengan adanya globalisasi mempermudah interaksi antar masyarakat yang berbeda sehingga tidak adanya batas antar negara.¹⁵

Soft power dapat memberikan pengaruh internasional dengan menggambarkan bagaimana daya tarik budaya, kebijakan atau tindakan aktor dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan khusus. Maka dari itu publik sangat memberikan dampak besar karena diperlukan sebuah dialog untuk menarik masyarakat asing memiliki dan melihat pada pandangan yang sama¹⁶ sehingga timbul istilah seperti “*diplomacy without diplomat*”.¹⁷

Menurut Jay Wang diplomasi publik merupakan sebuah konsep yang sifatnya multi dimensi dan mencakup tiga tujuan yaitu mempromosikan tujuan dan kebijakan negara, membentuk komunikasi nilai dan sikap, meningkatkan pemahaman antar negara dan masyarakat.¹⁸ Diplomasi publik pada abad 21

¹⁴ MacDonald, Stuart. “*Soft Power Today*” British Council. 7

¹⁵Jessica, Peters, “*American Cinema as Cultural Diplomacy: Seeking International Understanding One Film at a Time*” Ph.D Diss, UCLA, 2015, 15-16 Diakses pada 22 Juni 2018

¹⁶ *Ibid* 17

¹⁷ Sukawarsini, Djelantik. “*Diplomasi antara teori dan praktik*” Graha Ilmu. 214

¹⁸Jay, Wang “Public Diplomacy and Global Business.” Accessed July 19, 2018.

http://europa2020.spiruharet.ro/fisiere/Diplomatie%20publica/Marketing%20international/Marketi ng%20pentru%20Diplomatie%20publica/PD_62.pdf.

memiliki tujuan di bidang politik, ekonomi dan menciptakan lingkungan yang damai. Diplomasi abad ke 21 juga membangun dan mempertahankan hubungan-interaksi yang terlibat dengan publik dan memiliki dua arah komunikasi. Memiliki konteks pesan ide, nilai, dan kolaborasi yang di sebar melalui media lama juga media baru. Diplomasi pada abad 21 ini biasa di dibiayai oleh swasta ataupun publik¹⁹

Pada abad 21 bioskop sering digunakan sebagai sarana dari diplomasi budaya dengan tujuan beragam yang merupakan variasi dari diplomasi publik. Melalui inisiatif budaya, tujuan diplomasi budaya adalah meningkatkan citra suatu negara dan mempromosikan pemahaman lintas budaya dengan negara lain. Diplomasi budaya membutuhkan hubungan yang erat dengan budaya untuk meyakinkan masyarakat dan memiliki kredibilitas yang tinggi. Diplomasi budaya merupakan alat dari diplomasi publik dan *soft power* yang memiliki interaksi *people to people*. Bentuk lain dari diplomasi budaya seperti ide, informasi, film, pertukaran pelajar dan lain-lain.²⁰

Oleh karena itu sangat penting untuk memahami lingkungan lokal, nasional, regional dan juga global pada abad 21 ini untuk masuknya diplomasi budaya mudah diterima. Diplomasi budaya memiliki potensi untuk meningkatkan pemahaman dan menghancurkan stereotip yang pada akhirnya menyebabkan perubahan dalam pola pikir dan cara berinteraksi baik individu, kelompok atau pemerintah. Diplomasi budaya memiliki gagasan untuk membuat negara lain memahami ide yang dimiliki

¹⁹ Gyorgy, Szondi. "Nationbranding.Pdf." Diakses pada May 9, 2018. <http://www.kamudiplomasi.org/pdf/nationbranding.pdf>. 9-11

²⁰ Peters, "American Cinema as Cultural Diplomacy" 38-40

oleh negara.²¹ Menurut Schneider diplomasi budaya merupakan diplomasi yang berjalan dua arah, meningkatkan pemahaman antara orang yang berbeda budaya, diplomasi budaya harus kreatif dan fleksibel.²²

Budaya memiliki kemampuan untuk menjangkau masyarakat dan menjadikannya sebuah alat yang ideal untuk sebuah diplomasi. Melalui budaya kesamaan dan perbedaan dapat dipahami sehingga memungkinkan untuk menjadi sarana memahami satu sama lain. Budaya bisa digunakan untuk merepresentasikan negara untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai wilayah tertentu atau budaya tertentu. Pada tingkat yang lebih dasar, internet telah mengubah sifat budaya dan budaya yang di konsumsi. Internet juga telah mengubah pengalaman di dunia nyata menjadi keterlibatan di dunia virtual sebagai bentuk pengalaman nyata.²³

Diplomasi budaya dapat membantu untuk mempromosikan pemikiran baru, berdasarkan pengetahuan satu sama lain. Diplomasi budaya juga bisa mengumpulkan orang-orang dari berbagai budaya, generasi, latar belakang, dan peradaban yang berbeda untuk bertemu tidak hanya di dunia maya tetapi sebagai individu nyata dengan pemikiran dan nilai masing-masing. Diplomasi budaya bisa membantu untuk mengantisipasi konflik yang akan datang dan mempersiapkan

²¹ *Op Cit*, 40-41

²² "Cultural_Diplomacy-_Hard_to_Define-_Schneider,_Cynthia.Pdf." Diakses pada July 6, 2018. http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/articles/e-learning/read/a1/Cultural_Diplomacy-_Hard_to_Define-_Schneider,_Cynthia.pdf.

²³ Kristen Bound, "Culture is a central component of international realtions. It's time to unlock its full potential", Demos, 2007, 28-30

solusi. Budaya dan keragaman adalah alat baru untuk aksi politik yang bisa mempromosikan kontak antar generasi, negara maupun benua.²⁴

Budaya dapat membuat perbedaan, dengan memberi tahu apa yang harus dilakukan oleh orang-orang untuk membangun perdamaian ketika ekonomi gagal, keuangan tersendat dan struktur politik dipertanyakan. Tujuan diplomasi budaya adalah untuk membuat orang sadar akan kekuatan-kekuatan seperti musik, film dan seni untuk menghubungkan masyarakat. Budaya harus memiliki hubungan dari satu orang ke orang lainnya dan membuat distribusi kekayaan yang beragam.²⁵ Imperialisme budaya merupakan sebuah hal yang bisa dilihat melalui daerah yang mempesona, pakaian, mobil dan lainnya. Menurut Lealand impor yang dilakukan melalui sebuah TV memiliki dampak kepada penonton dimanapun dan kapanpun mereka berada.²⁶

Animasi adalah gambar bergerak dari sekumpulan gambar yang disusun secara beraturan mengikuti sebuah alur yang telah ditentukan pada setiap penambahan hitungan waktu. Gambar tersebut dapat berupa makhluk hidup, benda mati, ataupun sebuah tulisan. Animasi juga merupakan suatu teknik yang menampilkan gambar secara terus menerus sehingga penonton merasakan adanya ilusi gerakan pada gambar yang ditampilkan.²⁷

²⁴ “Academy for Cultural Diplomacy.” Diakses pada June 29, 2018. <http://www.culturaldiplomacy.org/academy/index.php?the-importance-of-cultural-diplomacy>.

²⁵ *Ibid.*

²⁶ John, Tomlinson “CulturalImperialism.Pdf.” Diakses pada July 20, 2018. <http://www.surfacenoise.info/neu/globalmediaS18/readings/TomlinsonCulturalImperialism.pdf>.

²⁷ “Apa Itu Animasi?” International Design School Diakses pada August 18, 2017. <http://www.idseducation.com/articles/apa-itu-animasi/>.

Prinsip dasar dari *anime* ditemukan dari karakter mata manusia yaitu pola penglihatan yang teratur. Paul Roget, Joseph Plateau dan Pierre Desvignes menciptakan sebuah alat yang berhasil membuktikan bahwa mata manusia cenderung menangkap urutan gambar-gambar pada tenggang waktu tertentu dan membentuk sebuah pola.²⁸

1.6 Metode Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1 Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam tulisan ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif akan digunakan didalam tulisan ini untuk mengeksplorasi dan memahami arti akan individu atau kelompok dalam melihat permasalahan sosial atau manusia.²⁹ Metode penelitian kualitatif akan digunakan untuk mengungkapkan fenomena secara mendetail.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan dokumen. Data dokumen akan didapat dengan menggunakan buku dan data yang berada dari internet seperti dokumen atau artikel-artikel dengan permasalahan dalam penelitian ini dan situs resmi dari pemerintahan Jepang.

²⁸ *Op Cit.*

²⁹ John W. Creswell, "*Research Design: Qualitative, Quantitative, and mixed methods approaches*" London Sage, 2014, 3.

Wawancara dan observasi akan dilakukan secara langsung beberapa komunitas anime.³⁰

1.7 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini akan terbagi kedalam beberapa bab, yaitu: Bab I akan membahas mengenai pendahuluan yang membahas latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan dari dilakukan penelitian ini, serta metode penelitian untuk melakukan penelitian ini. Bab II akan membahas tentang sejarah *anime* dan bagaimana *anime* bisa menjadi kekuatan diplomasi budaya. Bab III akan membahas mengenai hubungan Jepang dan Indonesia. Bab IV menganalisis pengaruh diplomasi budaya melalui *anime* di indonesia dan pada bab V akan menjadi kesimpulan.

³⁰ “TEKNIK PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN KUALITATIF”, E-Journal Diakses pada Juni 22, 2018. <http://e-journal.ikip-veteran.ac.id/index.php/pawiyatan/article/view/55>.