

## **Diplomasi Publik Jepang Terhadap Indonesia Melalui Budaya Populer 2017-2021**

**Calista Farahdiba Rizki Vania<sup>1</sup>, Catur Wisnu Anggoro<sup>2</sup>**

Universitas Singaperbangsa Karawang

[calistafarahdiba@gmail.com](mailto:calistafarahdiba@gmail.com) . [caturwsn9@gmail.com](mailto:caturwsn9@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Di era globalisasi yang serba mudah, diplomasi tradisional yang hanya mengandalkan perwakilan nasional untuk diplomasi tidak terlalu efektif, terutama dalam hal country branding dan diseminasi budaya, yang merupakan aset penting dalam membangun kekuatan nasional. Setelah Perang Dunia II, Jepang menggunakan diplomasi publik dalam menjalankan hubungan luar negerinya. Diplomasi publik secara umum dapat didefinisikan sebagai cara suatu negara mempengaruhi negara lain melalui aktor selain negara. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan pandangan yang lebih baik dari suatu negara. Inilah yang dilakukan Jepang kepada Indonesia dalam menyebarkan diplomasi publiknya dengan menggunakan budaya populer Jepang. Upaya melaksanakan diplomasi publik dapat dilihat melalui penyebaran budaya masyarakat tokusatsu series, anime, manga, majalah, dan produk lainnya serta franchise yang ada terkenal di berbagai negara. Diplomasi budaya merupakan upaya yang dilakukan oleh suatu negara untuk menyebarkan pengaruhnya melalui kebudayaannya sumber dan situs yang dikenal luas oleh masyarakat internasional, keunikan budaya suatu negara nantinya akan digunakan oleh negara tersebut sebagai alat untuk mempengaruhi atau menyebarkan pengaruhnya kepada negara-negara lain.

**Kata kunci:** Jepang, Budaya Populer, Diplomasi Publik, Indonesia

### **PENDAHULUAN**

Jepang merupakan salah satu negara majudi kawasan Asia Timur yang dikenal paling agresif dalam melaksanakan diplomasi publik pada bidang kebudayaan di berbagai negara. Hal ini didasarkan pada pemulihan citra negara yang sebelumnya dijajah oleh Jepang. Salah satunya Indonesia, sekitar tahun 1942-1945 Jepang pernah menduduki Indonesia sebelum akhirnya menyerah tanpa syarat setelah tragedi

pengeboman Amerika di Nagasaki dan Hiroshima. Dengan masa lalu yang kelam, Jepang mencoba bangkit kembali dengan pendekatan soft-power untuk menghadirkan citra yang baik di dunia internasional. Soft power sendiri merupakan salah satu bentuk pendekatan inspirational yang melibatkan orang lain melalui kecerdasan emosional, seperti menciptakan hubungan atau ikatan yang erat melalui kharisma, komunikasi, daya tarik ideologi visioner dan pengaruh budaya untuk mempengaruhi orang lain. Guna mewujudkan hubungan kerja sama yang dilakukan oleh Jepang merupakan cerminan dari kepribadian mereka serta upaya mereka yang hangat dengan berbagai negara, Jepang sejak dini mulai menjalin hubungan diplomasi dengan negara-negara ASEAN, yang penting untuk menghilangkan rasa anti Jepang. Indonesia juga merupakan salah satu negara ASEAN yang memungkinkan Jepang untuk mengembangkan hubungan diplomatik saat itu. Setelah pertemuan perdamaian resmi pada 20 Januari 1958, Menteri Luar Negeri Jepang Aiihiro Fujiyama dan Menteri Luar Negeri Indonesia Subandriodi menyepakati keputusan untuk menandatangani perjanjian diplomatik sebagai bentuk kerjasama kedua negara.

Untuk memperkenalkan budaya Jepang ke dunia internasional, termasuk Indonesia, Jepang mendirikan organisasi budaya nirlaba bernama The Japan Foundation di Tokyo pada Oktober 1972 dan meluncurkan konsep strategi budaya bernama Cool Japan pada tahun 2002 dengan tujuan tersebut. kemampuan untuk mempromosikan budaya tradisional dan

kontemporer. populer berupa pengenalan bahasa Jepang, pelajaran kaligrafi dan aspek budaya populer berupa anime, manga, fashion dan musik, yang dapat melibatkan baik pihak pemerintah terkait maupun aktor non-negara sebagai bagian dari agenda ekonomi Jepang.

## METODE PENELITIAN

Penulisan ini menggunakan metode penulisan analisis data kualitatif yang artinya penulis menampilkan beberapa fakta yang terdapat dari beberapa sumber yang melalui data yang didapatkan. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan studi kepustakaan, dengan cara mengumpulkan bahan dari berbagai sumber, seperti buku, internet, jurnal, dan berita yang relevan dengan topik yang diteliti dan yang akan dibahas. Jenis data yang digunakan yaitu sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dan diolah oleh penulis dari berbagai literatur seperti buku, jurnal, dokumen, surat kabar, internet, maupun buletin yang erat hubungannya dengan masalah yang diteliti.

Penulisan ini juga menggunakan perspektif dimana negara yang biasa kita kenal dengan julukan negeri matahari atau bunga sakura yaitu Jepang untuk melakukan diplomasi publiknya dan mempengaruhi negara-negara di ASEAN seperti Indonesia untuk menjalankan kepentingan nasionalnya. Berbagai pendekatan untuk mempertahankan eksistensinya yang mereka nikmati saat itu. *Soft Diplomacy* yang dilakukan Jepang ke Indonesia juga merupakan usaha Jepang untuk membangun citra baiknya kembali di mata Dunia dan Indonesia.

## TINJAUAN PUSTAKA

Studi terdahulu yang diambil oleh penulis adalah pertama, karya dari Antar Venus & Lucky Helmi yang berjudul *Budaya Populer Jepang Sebagai Instrumen Diplomasi Jepang dan Pengaruhnya Terhadap Komunitas-Komunitas di Indonesia*. Dalam penelitian ini penulis berasumsi bahwa produk-produk budaya populer yang masuk ke Indonesia adalah suatu bentuk soft power untuk menjalankan diplomasi. Soft power dalam bentuk promosi budaya populer, yang digunakan Pemerintah Jepang, dijalankan dengan tujuan mempermudah dalam melakukan hubungan bilateral dengan negara lain. Pada diplomasi budaya populer Jepang, terdapat unsur soft power didalamnya. Soft power tersebut dapat dilihat melalui pengaruh-pengaruh yang dialami oleh pecinta budaya populer Jepang di Indonesia. Pola pikir dan cara pandang yang terbentuk terhadap Jepang, serta keputusan yang diambil dalam menentukan pilihan adalah bentuk softpower.

Sementara itu, Antar Venus & Lucky Helmi mengadopsi penelitian kualitatif. Antar Venus & Lucky Helmi mengungkapkan beberapa topik umum terhadap narasumber untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam terhadap suatu kasus, dan Focus Group Discussion yaitu berupa diskusi kelompok dengan jumlah anggota 4-12 orang yang dipilih berdasarkan karakter tertentu yang relevan untuk mempelajari suatu kasus. Data-data yang didapat digabungkan dengan pemahaman penulis sendiri sehingga dapat terbentuk suatu pemahaman bersama antara peneliti dan subjek yang diteliti.

Ketiga, penelitian dari Alvine Dion Pratama Anggun Puspitasari berjudul “Diplomasi Budaya Anime Sebagai Upaya Penguatan Soft Power Jepang Periode 2014-2018.” Penelitian ini membedah anime sebagai salah satu industri kreatif Jepang dengan potensi besar digunakan sebagai langkah awal untuk melepaskan diri dari pola pikir kaku tersebut sehingga Jepang dapat menciptakan berbagai macam bidang bisnisterbarukan, yang merupakan salah satu kendala utama pada masa Japan’s Lost Decades, dan anime menjadi salah satu budaya populer yang cukup digemari pada saat ini.

Selain Alvine Dion Pratama Anggun Puspitasari juga menggunakan dua kerangka konsep dalam penelitian ini, yaitu diplomasi publik dan *soft power*. Dalam prosesnya, diplomasi publik dan nation branding memiliki dasar-dasar umum yang sama, tetapi masing-masing dari antara keduanya memiliki karakteristik khusus masing-masing. Pandangan ini diusulkan oleh Profesor Jan Melissen, editor buku “*The New Public Diplomacy – Soft Power in International Relations*” yang mengidentifikasi beberapa perbedaan serta persamaan konseptual antara diplomasi publik dengan *nation branding*. Penelitian terdahulu selanjutnya berjudul “*PENGARUH KONSUMSI ANIME DAN MANGA TERHADAP PEMBELAJARAN BUDAYA DAN BAHASA JEPANG*”. Penelitian ini ditulis oleh Lufi Wahidati, Mery Kharismawati dan Alvin Octo Mahendra. Dalam penelitian ini, Lufi Wahidati, Mery Kharismawati dan Alvin Octo Mahendra menjabarkan ulang bahwa bahasa yang digunakan dalam manga memiliki ciri khas. Untuk membangun cerita dalam manga, biasanya dibuatlah tokoh-tokoh dengan karakter yang berbedabeda. Pembentukan karakter inilah yang mempengaruhi penggunaan bahasa dalam dialog antar tokohnya sehingga memunculkan ciri khas tersendiri. dalam manga seringkali digunakan bahasa yang dapat menunjukkan stereotip tokoh penuturnya. Melalui diksi atau kata ganti yang diucapkan tokoh dalam sebuah manga, pembaca orang Jepang dapat mengidentifikasi umur, jenis kelamin, jenis pekerjaan, status sosial, dan lain-lain dari tokoh tersebut.

Lufi Wahidati, Mery Kharismawati dan Alvin Octo Mahendra menggambarkan hal-hal yang mungkin diserap oleh mahasiswa yang mengonsumsi anime. Melalui anime, mahasiswa tidak hanya berlatih mendengarkan percakapan bahasa Jepang, namun lebih dari itu. Dengan menonton anime, mahasiswa secara sadar maupun tidak sadar dapat mempelajari kosakata baru, ekspresi bahasa, yakuwarigo, onomatope dan unsur bahasa yang lain yang mungkin tidak sempat diajarkan dalam perkuliahan secara mendalam karena keterbatasan waktu. Melalui anime, mereka juga dapat sekaligus menyerap konteks pemakaiannya dalam kehidupan sehari-hari di Jepang melalui peristiwa yang disajikan dalam cerita.

Kelima, adalah penelitian dari Rahmat Sabda Alam dengan judul “Japan's Soft Power Diplomacy Activities Through J-Pop”. Rahmat Sabda Alam meneliti materi tentang aktivitas diplomasi soft power Jepang dan kegiatan cultural dan public diplomacy untuk meraih kepentingan negaranya. Rahmat Sabda Alam mengatakan diplomasi budaya Jepang berfokus pada diplomasi publik, dimana audiens pada akhirnya menjadi sasaran bagaimana produk budaya populer anime dan manga diterima di dunia internasional. Jepang menggunakan konsep soft power untuk mempengaruhi opini masyarakat internasional tentang Jepang. Inilah sebabnya mengapa budaya anime dan manga populer memiliki pengaruh yang bertahan lama pada nilai-nilai yang dipahami oleh masyarakat internasional.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini mengeksplorasi Diplomasi Publik Jepang terhadap Indonesia Melalui Budaya Populer 2017-2021. Seperti yang kita ketahui bersama bahwa Jepang merupakan negara dengan kekayaan budaya yang unik. Dengan modal inilah Jepang menggunakan kekuatan soft power-nya untuk mempengaruhi negara lain. Dengan berbagai faktor yang mendukung pemerintah Jepang pun tidak segan-segan melakukan gerakan “cool Japan” dimana budaya populer Jepang digali untuk memperkenalkan Jepang ke berbagai negara. Tak hanya untuk memperkenalkan Jepang ke berbagai negara, fungsi lainnya dari budaya populer adalah sebagai bentuk diplomasi ke berbagai negara juga.

### ***Diplomacy in International Relations***

Diplomasi merupakan salah satu bagian dari studi Hubungan Internasional. Dalam pengertian pendekatan tradisional, diplomasi dipahami sebagai seni bernegosiasi dengan negara lain. Diplomasi juga dapat diartikan sebagai seni mempromosikan kepentingan nasional ke dalam hubungan internasional atau negara lain dengan berbagai cara. Dalam diplomasi kita mengenal istilah diplomasi publik. Kamus hubungan internasional menyebutkan pengertian diplomasi publik sebagai upaya negara untuk mempengaruhi opini publik di negara lain dengan menggunakan instrumen seperti film, pertukaran budaya, radio, dan televisi. E.H. Carr menulis bahwa kekuatan opini juga penting dalam pencapaian tujuan politik, seperti halnya kekuatan militer dan ekonomi dan memiliki hubungan yang erat dengan keduanya. Diplomasi publik juga dikenal sebagai instrumen politik dan memiliki sejarah panjang yang berkembang di beberapa negara. Beberapa tujuan diplomasi publik, dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang suatu negara, dalam hal ini membuat mereka berpikir, memperbaiki citra masyarakat, dan mengubah pendapat mereka tentang negara.
2. Meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap suatu negara, dalam hal ini meningkatkan persepsi positifnya, menyamakan pendapatnya dengan negaranya terhadap suatu isu.
3. Meningkatkan hubungan dengan suatu negara, dalam hal ini pada lingkup pendidikan, mendorong orang-orang dari negara lain datang ke suatu negara untuk berlibur, belajar, mendorong orang untuk mengkonsumsi barang-barang dari negara tersebut dan sebagainya.

Diplomasi publik digunakan oleh negara, bersama dengan aktor negara dan non-negara untuk memahami budaya, perilaku dan mengatur hubungan, mempengaruhi pendapat dan tindakan untuk mendapatkan kepentingan. Meski tidak selalu dicap sebagai diplomasi publik, kegiatan yang diselenggarakan dalam kerangka ini dapat berupa promosi budaya atau pertukaran pelajar. Untuk itu kita kemudian dapat memahami keterkaitan antara diplomasi publik dengan diplomasi budaya.

Diplomasi Kebudayaan sebagai bagian dari diplomasi publik, diartikan sebagai upaya negara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, baik mikro maupun makro sesuai dengan ciri utamanya, seperti propaganda dan lain-lain dalam pengertian konvensional dapat dikatakan tidak bersifat politis, ekonomis. atau militer.

### **Perkembangan Teknologi dan Pengaruhnya terhadap Diplomasi**

Perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi dan komunikasi mau tidak mau mempengaruhi dunia diplomasi juga. Negara-negara harus menilai kembali diplomasi mereka. Banyak keuntungan yang diperoleh hubungan internasional dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya dalam proses penyampaian pesan. Harold Nicholson menyebutkan adanya kecenderungan “penurunan diplomasi” dimana pertumbuhan dan perkembangan teknologi dan komunikasi menyebabkan peran dan fungsi duta besar menurun dan diplomat menurun derajat pekerjaannya hanya sebagai staf administrasi atau panitera yang bertanggung jawab atas merekam pesan dan menerima telepon.

Dari pandangan ini kita memahami bahwa peran publik tidak dapat diabaikan. Dengan demikian, kompleksitas permasalahan dan hubungan antar manusia yang didukung oleh perkembangan teknologi dan komunikasi menjadikan diplomasi publik dan diplomasi budaya semakin penting dan signifikan. Di sisi lain, globalisasi dan segala perkembangannya

menjadikan internet sebagai alat yang sangat umum digunakan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Dengan adanya internet masalah komunikasi tidak terkendala oleh jarak dan waktu. Oleh karena itu, opini publik akan sangat mudah dibangun. Opini publik adalah tujuan dari diplomasi publik serta diplomasi budaya. Diplomasi budaya sendiri dimaknai sebagai bentuk diplomasi yang mengedepankan kepentingan negara di dunia internasional dengan menggunakan media budaya.

Relasi antara diplomasi budaya dan diplomasi publik dapat dilihat dari 2 (dua) konsekuensi, yang pertama publik sebagai objek, yaitu objek diplomasi negara. Kedua, publik sebagai subjek, publik menjadi subjek partisipasi dalam kegiatan diplomasi negara atau pemerintah. Dalam hal ini, kita bisa menghubungkannya dengan multi track diplomacy. Konsep diplomasi multitrack digagas ketika melihat kondisi pemerintah yang tidak mampu menangani kompleksitas persoalan diplomasi dan khususnya hubungan luar negeri dalam berbagai aspek. Diplomasi budaya semakin mudah mendapatkan media untuk menyosialisasikan aktivitas mereka seiring dengan semakin populernya film, serial, budaya populer, yang kemudian juga berkembang menjadi fashion, komik, makanan dan lain-lain. Semua ini kemudian dikenal sebagai budaya pop. Salah satu budaya pop yang menjadi populer adalah budaya pop Jepang yang dikenal dengan anime dan manga nime dan Manga sebagai Budaya Populer Diplomasi Publik Jepang terhadap Indonesia Selama beberapa dekade terakhir, produk budaya populer Jepang telah diekspor, diperdagangkan, dan dikonsumsi terutama di seluruh Asia Timur dan Tenggara seperti Taiwan, Hong Kong, Singapura, Thailand, Vietnam, Korea, dan Indonesia. Bukan hanya majalah fashion di Hong Kong yang berasal dari Jepang, tetapi buku komik Jepang diterjemahkan ke dalam bahasa seperti Korea Selatan, Thailand, Indonesia dan Taiwan juga. Karakter anime Jepang seperti Doraemon, Hello Kitty, Ampan Man, Pokemon, Astro Boy, Sailor Moon, One Piece dan lain-lain dapat ditemui di pasaran kota-kota besar Asia berupa mainan, perlengkapan sekolah dan kantor serta film animasi yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa lokal. Pokemon, film animasi tersebut, berhasil disiarkan di 65 negara dan diterjemahkan ke dalam 30 bahasa. Kesuksesan Pokemon tersebut kemudian menjadikan anime ini sebagai cover utama majalah TIME. Doraemon juga menjadi salah satu anime yang memiliki pengaruh besar.

Menyadari hal tersebut, Menteri Luar Negeri Jepang Masahiko Koumura pada Maret 2008 menobatkan Doraemon sebagai duta anime melalui International Anime Award. Rekomendasi untuk Doraemon adalah hasil keputusan Komite Pakar Budaya Pop dan Asosiasi Kartun Jepang yang bekerjasama juga dengan Kementerian Luar Negeri dan Kementerian Kebudayaan Jepang. Doraemon adalah contoh sukses dari industri kreatif global. Dengan dinobatkannya Doraemon sebagai duta anime, Koumura menyampaikan harapannya agar masyarakat dunia bisa mengetahui sisi positifnya Jepang melalui anime Jepang. Doraemon dapat berkeliling dunia dan mempromosikan serta memperkenalkan Jepang kepada dunia.

Kehadiran Doraemon juga diharapkan dapat meningkatkan daya tarik masyarakat asing terhadap Jepang dalam hal budaya, tradisi, musik, dan teknologinya. Semua itu kemudian membentuk komunitas penggemar yang juga tersebar di Asia dan Amerika. Jepang menggunakan budaya populer sebagai sarana diplomasi dengan keseriusan pemerintahnya memfokuskan budaya pop pada salah satu bagian dalam Diplomatic Bluebook 2004 dengan nama program "Cool Japan". Bahkan majalah bulanan diplomasi terbitan Kementerian Luar Negeri Jepang, Gaiko Foramu (Forum Diplomatik) memiliki rubrik khusus untuk artikel-artikel budaya pop sebagai alat diplomasi dalam beberapa isu diplomasi.

Jepang merupakan salah satu negara yang cukup konsisten melakukan diplomasi budaya dengan Indonesia. Setelah melalui berbagai dinamika naik turun dalam hitungan dekade, hubungan baik kedua negara dimulai ketika Jepang mulai menerapkan kerjasama di bidang kebudayaan dengan kebijakan yang dikenal dengan Doktrin Fukuda. Doktrin Fukuda mampu mengembalikan kepercayaan negara-negara di Asia Tenggara terhadap Jepang pasca peristiwa Malari di Indonesia yang menimbulkan citra buruk bagi Jepang. Seperti pengalaman dunia dengan budaya pop Jepang, di Indonesia pengaruh budaya pop Jepang ini juga terasa.

Masyarakat Indonesia kemudian menjadi akrab dengan film, fashion, komik, makanan dan lain-lain yang bernuansa Jepang dan Jepang. Tokoh anime dan manga seperti Doraemon, Hello Kitty, One Piece dan lainnya juga sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat Indonesia khususnya di kalangan anak muda. Seiring dengan tujuan pemerintah Jepang untuk menobatkan Doraemon sebagai duta anime, di Indonesia Doraemon juga diharapkan dapat membantu mendongkrak citra positif Jepang sekaligus menghilangkan pandangan negatif budaya J-pop. Tidak hanya di Shanghai melalui SNH48 dan Taipei dengan TPE48, Akimoto Yasushi, produser utama AKB48 menyebarkan ketenaran AKB48 dengan mendirikan JKT48 di Jakarta. Pada tahun 2013, sebagai pendukung program ekonomi kreatif, Kementerian Pendidikan dan Ekonomi Kreatif Indonesia dan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Olahraga, dan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (MEXT) Jepang mengadakan kerjasama untuk mengembangkan potensi AKB48 dan JKT48 dalam berbagai aspek. Festival Budaya Jepang juga menjadi daya tarik yang menarik di Indonesia.

Sebagai acara tahunan, Japan Foundation menggelar JakJapan Matsuri yang memanfaatkan budaya pop sebagai daya tarik dan sarana diplomasi budaya Jepang. Matsuri sendiri memiliki arti sebagai festival atau perayaan di Jepang. Di daerah Kyushu, Matsuri yang diadakan pada musim gugur disebut kunchi. Ketika matsuri diadakan sepanjang tahun di berbagai tempat di Jepang. Sebagian besar penyelenggara Matsuri adalah kuil Shinto atau kuil Buddha. Dalam festival JakJapan Matsuri ditampilkan berbagai macam bahasa Jepang seni budaya seperti Bon Odori tarian rakyat Jepang populer yang telah berusia 600 tahun, busanayukata, seni, grup musik dan penyanyi terkenal Jepang serta kuliner Jepang.

## KESIMPULAN

Diplomasi sebagai studi Hubungan Internasional memiliki banyak model. Diantaranya adalah budaya diplomasi sebagai bagian dari diplomasi publik. Seperti halnya diplomasi publik, diplomasi budaya bersifat internasional teknik relasi yang mengandalkan soft power. Salah satu esensi dari diplomasi adalah proses saling mengenal dan memahami sifat, sifat dan adat istiadat masing-masing negara. Pada zaman dahulu, cara mengenal suatu negara bisa melalui literatur sejarah, ilmu pengetahuan diperoleh dari pelajaran tentang negara di sekolah dan cerita dari orang tua.

Di zaman modern dengan perkembangan alat komunikasi yang maju dapat mempermudah proses mengenal satu sama lain, para pemuda dunia mengenal negara lain melalui internet dan lainnya sarana komunikasi. Kaum muda sangat terlibat dengan perkembangan komunikasi teknologi. Media seperti film, media sosial, Facebook, Instagram, Twitter, youtube, dan lain-lain dapat menjadi media perkenalan atau saling mengenal. Kini, anak muda dunia, dan Indonesia khususnya bisa mengenal Jepang lebih jauh artinya mereka menyukai dan mengetahui dengan baik budaya pop seperti anime, manga, cosplay, gaya harajuku dan yang lain. Sehingga melalui anime dan manga, Jepang dapat memperkenalkan diri ke dunia internasional dan dalam Indonesia khususnya.

Hal ini juga yang mendorong Jepang untuk menjadi negara yang damai dengan mengedepankan demokrasi. Oleh karena itu Jepang menggunakan konsep atau alat *soft power* dalam diplomasi yang dapat mempengaruhi opini masyarakat internasional tentang Jepang. Hal ini juga memiliki efek jangka panjang karena menggunakan pendekatan kecerdasan emosional yang dapat memberikan gambaran yang jelas tentang perasaan seseorang. Diplomasi Jepang bertujuan untuk meningkatkan hubungan kerja sama dan menghapus kesan negatif Jepang sebelumnya dengan menunjukkan sisi positif yang damai. Keberhasilan diplomasi publik dan budaya Jepang tercermin dari minat yang ditunjukkan oleh para peserta dalam semua program yang ditawarkan Jepang kepada komunitas internasional dan minat yang besar terhadap pariwisata di Tanah Sakura. Meski banyak yang bertemu Tantangan yang ditimbulkan dari dampak era globalisasi, diplomasi Jepang selalu berwawasan “damai dan demokratis” berdasarkan instrumen *soft power* melalui seni seperti musik, manga, animasi, film, fashion atau olah raga dan makanan. Diplomasi budaya Jepang berfokus pada diplomasi publik yang melibatkan public.

Kemudian menjadi fokus penerimaan internasional produk budaya populer anime dan manga. Jepang menggunakan konsep *soft power* untuk mempengaruhi opini masyarakat internasional tentang Jepang. Inilah sebabnya mengapa budaya anime dan manga populer memiliki dampak yang bertahan lama pada nilai-nilai yang dipahami masyarakat internasional. Selain itu, peningkatan keuntungan ekonomi di Jepang merupakan salah satu efek jangka panjang dari penyebaran budaya anime dan manga populer. Kedua isu tersebut berada di balik promosi anime dan manga pemerintah Jepang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alam, R. S. Japan's Soft Power Diplomacy Activities Through J-Pop (Aktivitas Soft Power Diplomacy Jepang Melalui J-Pop).
- Amalina, A. (2015). Budaya populer Jepang sebagai instrumen diplomasi Jepang dan pengaruhnya terhadap komunitas-komunitas di Indonesia. *Andalas Journal of International Studies (AJIS)*, 1(2), 108- 122.
- Fathurohman, M. J. Japanese Cultural Diplomacy through Anime Diplomasi Budaya Jepang melalui Anime.
- Hayat, D. R. W. Pengaruh Diplomasi Publik dan Budaya Jepang Melalui Anime dan Manga
- Kumalaningsih, R. D., & Hartati, A. Y. (2022). Diplomasi Publik Jepang (Studi Kasus: Budaya Pop Jepang Di Indonesia). *Jurnal Kajian Hubungan Internasional*, 1(02), 431-437.
- Pratama, A. D., & Puspitasari, A. (2020). Diplomasi Budaya Anime Sebagai Upaya Penguatan Soft Power Jepang Periode 2014-2018. *Balcony*, 4(1), 11- 23.
- Pratiwi, A. DIPLOMASI PUBLIK DAN BUDAYA JEPANG MELALUI INSTRUMEN SOFT POWER DIPLOMACY
- Toshiya.N (2019). Japan's New Public Diplomacy: Coolness in Foreign Policy Objectives
- Venus, A. (2017). Budaya Populer Jepang di Indonesia: Catatan Studi Fenomenologis Tentang Konsep Diri Anggota Cosplay Party Bandung. *Jurnal Aspikom*, 1(1), 71- 90.
- Wahidati, L., Kharismawati, M., & Mahendra, A. O. (2018). Pengaruh konsumsi anime dan manga terhadap pembelajaran budaya dan bahasa Jepang. *Izumi*, 7(1), 1-10.
- Wulansuci, Y. (2010). Budaya populer Mangadan Anime sebagai soft power Jepang.