

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Penelitian ini diawali dengan asumsi bahwa *image* suatu negara dipengaruhi oleh bagaimana masyarakat negara lain melihat negara tersebut. Pada era ini, mendapatkan kepercayaan, memiliki *image* dan membangun hubungan baik dengan negara lain merupakan hal yang perlu dilakukan oleh setiap negara, dan salah satu cara untuk mendapatkannya ialah dengan menggunakan diplomasi publik.

Diplomasi publik adalah program yang disponsori oleh pemerintah untuk menginformasikan dan mempengaruhi opini publik di negara lain.¹ Lebih lanjut, diplomasi publik bertujuan untuk memberikan pemahaman atas negara, sikap, institusi, budaya, kepentingan nasional dan kebijakan-kebijakan yang diambil negaranya, serta untuk mempengaruhi orang di luar negara dengan cara positif sehingga mengubah cara pandang orang tersebut terhadap suatu negara.² Tidak seperti diplomasi tradisional yang secara mendasar dapat didefinisikan sebagai satu upaya pelaksanaan kekuasaan untuk mencapai kepentingan di luar negeri dengan segala cara,³ diplomasi publik merupakan upaya yang ditujukan untuk mencapai kepentingan tanpa harus menggunakan kekuatan militer maupun ekonomi.

¹ U.S Department of State, Dictionary of IR Terms, Washington, D.C., 1987, hal. 85. Jr. Wolf Charles., Rosen Brian, "Public Diplomacy, How to Think About and Improve It", (Chicago: RAND Cooperation, 2004), hal. 15.

² "Regionalizing Culture: The Political Economy of Japanese Popular Culture in Asia" (*University of Hawaii: 2013*) hal. 51-89.

³ Roy Olton dan Jack C. Plano, "Kamus Hubungan Internasional". Diterjemahkan oleh Wawan Juanda. (Jakarta: Putra A. Bardhin CV. Cetakan Kedua 1999) hal. 201 dalam Emilia Ranny, *Praktek Diplomasi*, (Padang: Baduose Media, 2013) hal.4.

Banyak negara yang menggunakan diplomasi publik agar negara lain memiliki pemahaman yang baik terhadap negaranya. Peralnya, *image* buruk suatu negara berakibat fatal, salah satu contohnya ialah *image* Denmark yang menjadi buruk di kalangan negara Muslim setelah adanya skandal pembuatan karikatur Nabi Muhammad yang menyebabkan lebih dari setengah negara Muslim di dunia memulangkan kembali barang ekspor Denmark.⁴ Bahkan setelah beberapa tahun berlalu, dampak dari tindakan tersebut masih dirasakan dengan munculnya ekstrimis yang melakukan tindakan radikal dan menelan satu korban jiwa saat pembuat karikatur tersebut melakukan mimbar bebas.⁵

Amerika Serikat merupakan salah satu negara yang menggunakan diplomasi publik untuk mendapatkan kembali *image* atau citra negaranya. *Advisory Committee on Cultural Diplomacy, U.S Department of State* tahun 2005 menyatakan bahwa Amerika tidak lagi segenar pada saat Perang Dingin melancarkan aksi pengenalan dan penyebaran budayanya. Hingga kemudian tragedi 9/11 terjadi dan menyebabkan Amerika mengeluarkan kebijakan *War on Terror* yang menyebabkan rusaknya citra Amerika di mata dunia terlebih di mata negara-negara Muslim. *War on Terror* menyebabkan *islamophobia* dan invasi militer Amerika ke Irak telah membuat kepercayaan negara-negara Muslim terhadap Amerika sebagai negara yang menjunjung tinggi hak azasi manusia menurun drastis.⁶

⁴ Lila Simon Naggy, "Hungarian Public Diplomacy and the Effects of Hungary EU's Presidency". (Disertasi *International Relations Doctoral School, Corvinus University of Budapest, 2012*)

⁵ "Penembakan di mimbar bebas pembuat karikatur nabi muhammad, 1 tewas," *Berita Satu*, 15 Februari 2015, <http://www.beritasatu.com/dunia/249204-penembakan-di-mimbar-bebas-pembuat-karikatur-nabi-muhammad-1-tewas.html> (diakses 24 Maret 2016, 16.51)

⁶ U.S Department of State, *Cultural Diplomacy The Linchpin of Public Diplomacy; Report of The Advisory Committee on Cultural Diplomacy*, (2005).

Oleh sebab itu penggunaan kembali budaya populer sebagai salah satu alat diplomasi publik untuk memulihkan pandangan masyarakat dunia terhadap Amerika menjadi hal serius yang dilakukan oleh pemerintah. Pemerintah melakukan berbagai upaya untuk menyebarkan pesan Amerika yang mencintai perdamaian melalui hubungan kerja sama yang dilakukan dengan musisi, artis, penulis maupun pembuat film.⁷

Jepang juga merupakan negara yang menggunakan diplomasi publik untuk mendapatkan citra baik di mata internasional. Pasca-kekalahan pada Perang Dunia II, Jepang dengan cepat bangkit dan berupaya merevitalisasi kestabilan negaranya dalam berbagai industri. Eksistensinya kembali muncul seiring dengan pertumbuhan industri Jepang seperti industri otomotif, teknologi dan juga elektronik. Jepang kemudian kembali tampil sebagai negara yang kuat dengan keberhasilan ekonominya pada tahun 1960.⁸ Tidak hanya berhasil dalam bidang ekonomi, beberapa tahun kemudian Jepang masuk ke dalam deretan produsen otomotif terbesar sedunia serta sebagai penghasil barang teknologi terbesar. Pencapaian serta proses pemulihan ekonomi yang cepat pasca-Perang Dunia II juga menjadikan Jepang sebagai negara yang memiliki tingkat kesejahteraan masyarakat yang tinggi dan didukung dengan sistem keamanan yang ketat.⁹

Pada awal tahun 1990, dunia mengalami krisis ekonomi yang turut menyeret Jepang ke dalamnya. Terseretnya Jepang ke dalam krisis ekonomi global menyebabkan perekonomiannya berada dalam level stagnan sehingga pemerintah perlu melakukan

⁷ Ibid.

⁸ Douglas McGray, "Japan's Gross National Cool", (2002) hal. 44 dalam Economic Research Departement, "*cool*" Japan's Economy Warms Up, (Japan External Trade Organization, 2005) hal. 4

⁹ Ibid.

inovasi-inovasi baru untuk menjaga eksistensi negara. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Jepang adalah dengan mengembangkan budaya populer sebagai alat diplomasi publik. Sebagai negara yang terletak di kawasan Asia Timur, berdampingan dengan negara seperti Tiongkok dan Korea yang juga tengah mengembangkan budaya populernya dalam melakukan diplomasi publik, Jepang ingin dikenal sebagai negara yang *cool* melalui program *Cool Japan*.¹⁰ Namun, belum sampai tujuan Jepang memiliki citra *keren* di mata dunia, negara tersebut kembali dihadapkan dengan permasalahan lain. Pada tanggal 11 Maret 2011, Jepang mengalami bencana terbesar sepanjang sejarahnya dari awal tahun 1900. Gempa dengan kekuatan 9 SR mengguncang bagian timur Jepang yang menyebabkan gelombang *tsunami* setinggi 40 meter dan diperparah dengan meledaknya salah satu pembangkit energi nuklir Jepang, Fukushima Daiichi, milik *Tokyo Electric Power Co.'s* di daerah Tahoku. Gempa yang menelan korban lebih dari 25.000 orang dan menyebabkan 325.000 orang lainnya kehilangan tempat bernaung ini, juga menyebabkan krisis energi serta ketakutan akan radiasi nuklir yang meledak. Untuk menghindari radiasi nuklir tersebut, korban yang selamat dievakuasi sejauh 20 km dari wilayah bencana.¹¹

Jepang tidak hanya dihadapkan dengan upaya penyelamatan korban akibat gempa dan *tsunami*, tapi juga usaha mengevakuasi korban yang selamat untuk segera meninggalkan daerah tersebut karena ketakutan akan radiasi nuklir. Peristiwa 11 Maret atau 3/11 memiliki dampak yang lebih besar dari sekedar kerugian materil bagi Jepang. Kerusakan yang disebabkan oleh gempa dan *tsunami* itu mengakibatkan kelumpuhan

¹⁰ Yamamoto Nobuto, "After Fukushima: New Public, NHK and Japan's Public Diplomacy", (Keio Communication Review no. 35, 2013)hal.13

¹¹ Peter Dyrsdale, "Rebuilding Trust After Fukushima Disaster," East Asia Forum, 9 Maret 2015, <http://www.eastasiaforum.org/2015/03/09/rebuilding-trust-after-the-fukushima-disaster/> (diakses 21 Februari 2016, 17.53)

beberapa infrastruktur Jepang, sehingga bila dikalkulasikan, kerugian itu mencapai dua triliun yen atau 2.780 triliun rupiah.¹²

Dari segi sosial banyak negara yang juga merasakan dampak tidak baik dari bencana yang melanda negara ini, terlebih negara-negara yang terletak di kawasan Asia Timur yang secara geografis berdekatan dengan Jepang. Negara-negara yang menggunakan tenaga nuklir sebagai pembangkit listrik di kawasan tersebut mendadak mendapat protes dari masyarakatnya. Tiongkok sebagai negara pengembang tenaga nuklir terbesar di dunia terpaksa menangguhkan beberapa operasi nuklirnya sebagai respon terhadap insiden Fukushima Daiichi.¹³ Korea Selatan juga merupakan negara yang melakukan pengecekan sumber tenaga nuklirnya pascainsiden 3/11 serta menerima banyak aksi protes penolakan penggunaan tenaga nuklir.¹⁴ Taiwan menjadi negara yang paling banyak menerima aksi protes dari masyarakatnya, karena memiliki delapan tenaga nuklir, dua di antaranya sedang dalam pembangunan dan perbaikan dan akan diperpanjang. Akibat dari protes antinuklir tersebut, dua dari tenaga nuklir aktif ditutup oleh pemerintah.¹⁵ Di Eropa, ketakutan akibat ledakan Fukushima berdampak buruk terhadap beberapa industri di Jerman, Italia dan Swiss di mana sebelumnya kekacauan ini belum pernah terjadi.¹⁶

Tidak hanya memiliki dampak yang buruk dari segi sosial, namun juga dari segi ekonomi, insiden Fukushima Daiichi membuat industri ekspor Jepang merosot.

¹² Nurul Qomariyah. "Kerugian Akibat Gempa dan *Tsunami* capai Rp.2780 triliun," Finance.detik, 23 Maret 2011, <http://finance.detik.com/read/2011/03/23/154057/1599637/4/jepang-kerugian-akibat-gempa-dan-tsunami-capai-rp-2780-triliun> (diakses 3 April 2016, 17.00)

¹³ Vlado Vivoda. "After Fukushima, the Future of Nuclear Power in Asia," East Asia Forum, 16 Maret 2013, <http://www.eastasiaforum.org/2013/03/16/after-fukushima-the-future-of-nuclear-power-in-asia/> (diakses 21 Februari 2016, 17.00)

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid.

Pemerintah Korea Selatan mensinyalir ekosistem laut Fukushima telah tercemar, sehingga mengambil langkah untuk menghentikan impor ikan dan makanan laut lainnya dari Jepang pascainsiden tersebut.¹⁷ Kekhawatiran tersebut tidak hanya dirasakan oleh Korea Selatan, negara-negara di kawasan Asia Timur juga enggan melanjutkan impor makanan seperti susu, ikan dan buah-buahan dari Jepang. Tiongkok, Korea Selatan dan Taiwan memberlakukan pengujian ketat bahan makanan yang datang dari Jepang meskipun tidak berasal dari daerah Fukushima.¹⁸ Impor makanan dari Jepang ke Australia juga dihentikan, bahkan hingga tahun 2013, pemerintah Australia masih takut untuk kembali memasok makanan dari Jepang.¹⁹ Jepang berusaha untuk mendukung perekonomian negara dengan mengirimkan hasil pertanian, kehutanan dan kelautan yang selama ini terkenal dengan barang impor mahal dan berkualitas tinggi hingga tahun 2020. Namun insiden Fukushima merusak reputasi Jepang yang berdampak pada keengganan konsumen untuk memilih barang dari negara tersebut, karena sumber barang-barang yang masih dikhawatirkan terkontaminasi walau dua tahun telah berlalu.²⁰ *The London's Economist Magazine* pada tahun 2012 menyebutkan bahwa insiden Fukushima telah melahirkan *nuclearphobia* atau ketakutan dan kecemasan terhadap tenaga nuklir yang menyebabkan banyak warga dunia memprotes kebijakan negaranya menggunakan nuklir sebagai sumber tenaga. Terlebih insiden 3/11 disebut-

¹⁷ “Kebocoran Radioaktif, Korsel Stop Impor Ikan dari Jepang,” *Republika.co.id*, 6 September 2013, <http://www.m.republika.co.id/berita/internasional/global/13/09/06/mspasm-kebocoran-radioaktif-korsel-stop-impor-ikan-dari-jepang> (diakses 16 Februari 2016, 16.50)

¹⁸ Denny Armandhanu. “Radiasi Tak Terkendali, Jepang Makin Rugi”, *VIVA.co.id*, 7 April 2011. <http://www.viva.co.id/ramadan2016/read/213375-kegalauan-pemerintah-jepang-dan-tepco> (diakses 27 Juni 2016, 13.15)

¹⁹ Kesha West. “Keamanan Pangan Belunggu Ekspor Produk Pangan Jepang” *Radio Australia*, 4 Desember 2013, <http://www.radioaustralia.net.au/indonesian/2013-12-04/keamanan-pangan-belunggu-ekspor-produk-pangan-jepang/1229724> (diakses 21 Februari 2016, 10.33)

²⁰ *Ibid*

sebut sebagai bencana nuklir terparah akibat kelalaian dan bencana nuklir paling menakutkan setelah bencana *Chernobyl*.

Sementara di Jepang, setelah 11 Maret 2011, beberapa bank besar Jepang mengalami kemerosotan saham serta bursa saham besar dalam negeri turun drastis.²¹ Indeks Nikkei anjlok sehingga Bank Central Jepang harus menyuntikkan dana sebesar 15 triliun Yen dalam kondisi bencana tersebut.²² Produksi sapi asal Tochigi dilarang beredar, pemerintah Jepang melalui Kementerian Luar Negerinya menyatakan semua produsen Jepang agar berhenti mengklaim keamanan produk makanan Jepang seperti yang selama ini dilakukan.²³ Perdagangan berjangka beras juga dihentikan, karena radiasi nuklir dikhawatirkan mengontaminasi hingga lahan pertanian bahkan hingga jerami untuk makanan sapi, dikarenakan kekhawatiran hasil pertanian tahun 2011, konsumen mulai menimbun beras hasil tahun sebelumnya.²⁴ Pasar bursa berjangka (Tokyo Grain Exchange dan Osaka) yang baru dimulai kembali pada bulan Agustus, akhirnya dihentikan sementara akibat pergerakan harga yang sangat cepat. Di bursa Kansai, Osaka, harga ditutup pada level ¥ 19,210 / 60 kg, sementara harga referensi hanya sebesar ¥ 13,700. Sehingga, pasar ditutup sementara untuk mencegah pergerakan harga yang sangat tajam.²⁵

Akibat dari bencana tersebut, Jepang dikecam baik di dalam maupun di luar negeri karena dianggap tidak bisa menjaga lingkungan. Padahal sebelumnya Jepang telah memangkas emisi karbon sebanyak 25% untuk tahun 2020 dibandingkan dengan tahun

²¹ 「災害対応の地域研究」プロジェクト <http://www.cias.kyoto-u.ac.jp/~yama/bosai/100hari.html> (diakses 21 Februari 2016, 09.58)

²² Ibid.

²³ Kementerian Perdagangan Indonesia. "Laporan Kementerian Perdagangan 2011, <http://www.kemendag.go.id/zn/view/trade-attache-report/111/2011/6> diakses 20 Februari 2016, 11.14

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid.

1990, karena fokus dalam pemanfaatan sumber tenaga nuklirnya, Jepang juga telah memasukkan pemangkasan emisi karbon sebagai rencana jangka panjang serta memperkenalkan kepada khalayak bahwa energi nuklir yang dipakai aman.²⁶

Untuk mengembalikan citra dan kepercayaan masyarakat dunia khususnya di kawasan Asia Timur, Jepang kemudian membutuhkan media yang mampu meningkatkan pemahaman dunia terhadap Jepang. NHK WORLD merupakan stasiun televisi internasional Jepang yang dapat diakses di 140 negara. Pada 1 Januari 1937, NHK pertama kali didirikan dalam bentuk radio, yang kemudian dikenal dengan nama Inggris Radio Tokyo. Pada tahun 1944 radio Tokyo beroperasi lebih dari 33 jam dalam 24 bahasa.²⁷ Radio Jepang bertujuan untuk menyebarkan berita tentang perilaku pemerintah terhadap kawasan dan juga alasan di balik ambisi militer Jepang. Pada saat itu radio Jepang memiliki peran yang penting dalam diplomasi publik Jepang. Kini Jepang dihadapkan kepada permasalahan citra yang memungkinkan NHK memiliki peran penting dalam diplomasi publik Jepang, seperti yang tertulis pada laman resminya, bahwa NHK merupakan satu-satunya siaran Jepang yang memiliki audiens internasional dan telah menjalankan program-program yang mendukung upaya diplomasi publik Jepang selama ini.²⁸

NHK atau *Nihon Hoso Kyokai* adalah stasiun televisi Jepang yang sudah berdiri sebelum Perang Dunia II. Pada tahun 1995, NHK telah masuk ke kancah internasional serta menjajaki Eropa dan Amerika. Pada 1 Januari 1996 NHK berubah nama menjadi NHK WORLD atau siaran internasional NHK yang meliputi penyiaran melalui televisi,

²⁶ Ibid.

²⁷ Yamamoto Nobuto, "After Fukushima: New Public, NHK and Japan's Public Diplomacy", (Keio Communication Review no. 35, 2013) hal. 10

²⁸ About NHK World, <http://www3.nhk.or.jp/nhkworld/en/about> (diakses 21 Februari 2016, 21.00)

radio dan juga internet, dan saat itu memiliki program dalam bahasa Inggris yang dikenal dengan *From Japan to The World* di mana program ini menggunakan bahasa Inggris selama 24 jam. Pada tahun 1998 NHK telah ada di lebih dari 250 juta rumah di 140 negara. Tujuan dari NHK adalah untuk meningkatkan pemahaman yang lebih baik tentang Jepang dan menyediakan informasi, edukasi, hiburan tentang kehidupan Jepang ataupun perjalanan di luar negeri kepada negara lain terutama negara yang berada di kawasan Asia Timur.²⁹

Selain itu dalam situs resminya, NHK juga memperlihatkan tujuan yang berkaitan erat dengan diplomasi publik Jepang. Adapun tujuan tersebut sebagai berikut;

1. Menyediakan berita baik domestik maupun internasional ke dunia secara akurat dan tepat.
2. Menyajikan informasi seputar Asia dari berbagai sudut pandang, memanfaatkan jaringan global NHK WORLD sebaik-baiknya.
3. Menyajikan informasi penting seputar kejadian-kejadian penting dunia, kecelakaan besar serta bencana alam.
4. Penayangan dengan ketepatan dan kecepatan tentang berbagai aspek mengenai kebudayaan Jepang, gaya hidup, temuan baru ilmuwan serta tren industri, peran dan pendapat Jepang terkait isu-isu penting yang berkembang di dunia.
5. Mengembangkan pemahaman bersama antara Jepang dan negara lain di dunia, serta mempromosikan persahabatan dan juga pertukaran budaya.

NHK WORLD memiliki serangkaian program yang tidak hanya mendukung upaya diplomasi publik Jepang setelah insiden 3/11. Sebelumnya, NHK telah aktif

²⁹ Nancy Snow, Ph.D, "NHK WORLD and Japanese Public Diplomacy : Journalistic Boundaries and State Interests" (Keio University: RIPE@2014 Conference, 2014)hal. 9-13.

menyebarkan budaya populer Jepang yang dimasukkan ke dalam salah satu upaya diplomasi publik melalui program televisi yang dinamai sama dengan nama strategi diplomasi publik Jepang, *Cool Japan*.³⁰ Beberapa program lainnya yang disiarkan secara global dan mendukung upaya diplomasi publik Jepang adalah *Fudoki*, video dokumenter yang ditayangkan beberapa kali dalam sehari dengan durasi lima menit yang membahas tentang keunikan lingkungan dan gaya hidup terkini masyarakat Jepang. Program yang juga mendukung upaya diplomasi publik Jepang setelah 3/11 adalah *Tomorrow*, yang menampilkan bagaimana Jepang bersama dengan masyarakat Fukushima secara khusus bangkit dari keterpurukan setelah bencana yang melanda mereka. *Seasoning the Season Special* juga merupakan salah satu program yang dapat mendukung wisatawan untuk melakukan perjalanan wisatanya ke Jepang, dalam program ini, konsumen NHK WORLD disugahi dengan berbagai tempat di Jepang yang memiliki keindahan alam yang layak untuk dijadikan destinasi wisata.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Pascatsunami pada tahun 2011 yang menyebabkan ledakan pada salah satu sumber tenaga nuklir di Fukushima Daiichi, Jepang dihadapkan pada permasalahan baru. *Image* yang selama ini dibangun dengan program *Cool Japan* seolah sirna karena isu pencemaran lingkungan. Produk-produk Jepang pascainsiden tersebut juga dihindari oleh pasar di Kawasan Asia Timur dan juga di pasar internasional, Jepang kehilangan kepercayaan dari masyarakat sebagai negara dengan tingkat sekuriti yang tinggi dan teknologi yang mumpuni. Jepang membutuhkan media yang dapat mempengaruhi opini masyarakat dunia untuk kembali mendapatkan kepercayaan dan citra yang baik. NHK

³⁰ Ibid.

WORLD merupakan stasiun televisi Jepang yang memiliki program-program untuk memperlihatkan bagaimana kehidupan Jepang ke dunia internasional. Kini Jepang dihadapkan kepada permasalahan citra yang memungkinkan NHK WORLD memiliki peran penting dalam upaya diplomasi publik Jepang, sebagai satu-satunya siaran televisi Jepang yang memiliki audiens internasional dan telah menjalankan program-program yang mendukung upaya diplomasi publik Jepang selama ini. Didasari oleh latar belakang sejarah dan eksistensi NHK WORLD saat ini, peneliti ingin melihat bagaimana upaya diplomasi publik Jepang melalui NHK WORLD pascainsiden Fukushima Daiichi di Kawasan Asia Timur.

1.3 PERTANYAAN PENELITIAN

Sesuai dengan rumusan masalah yang sudah dijelaskan, maka pertanyaan penelitian yang penulis coba jawab adalah; Bagaimana upaya diplomasi publik Jepang melalui NHK WORLD pascainsiden Fukushima Daiichi di Kawasan Asia Timur?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan upaya diplomasi publik Jepang melalui NHK WORLD pascainsiden Fukushima Daiichi di Kawasan Asia Timur.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1. Secara akademis penelitian ini bermanfaat untuk memperkaya wawasan dan pengetahuan dalam bidang Ilmu Hubungan Internasional khususnya dalam kajian diplomasi publik.

- 2 Hasil penelitian ini berguna untuk menambah literatur dalam Ilmu Hubungan Internasional dalam kajian media yang dipergunakan untuk melakukan upaya diplomasi publik.
- 3 Bagi penulis, penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan meningkatkan kemampuan analisa dalam kajian Ilmu Hubungan Internasional khususnya mengenai diplomasi publik.

1.6 TINJAUAN PUSTAKA

Untuk memulai penelitian ini, peneliti telah melihat beberapa penelitian, jurnal dan juga buku yang memiliki kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Beberapa penelitian akan digunakan sebagai referensi ataupun pembandingan untuk penelitian ini. Salah satunya adalah disertasi oleh Lilla Simon Naggy peneliti dari Universitas Corvinus, Budapest, yang menggunakan analisa kualitatif dan juga kuantitatif untuk melihat bagaimana diplomasi publik Hungaria berpengaruh dalam upaya pencalonan Hungaria sebagai presiden Uni Eropa. Dalam disertasinya yang berjudul *Hungarian Public Diplomacy and The Effects of Hungary EU's Presidency*,³¹ Ia memaparkan bahwa *image* suatu negara berperan penting dalam kompetisi internasional, contohnya *image* buruk yang pertama kali didapatkan oleh Denmark yang mengakibatkan barang-barang eksportnya dipulangkan oleh lebih dari setengah negara Muslim karena skandal pembuatan karikatur Nabi Muhammad. Penelitian ini juga memperlihatkan bagaimana Hungaria harus bekerja keras dalam hal diplomasi publiknya agar dikenal dan dapat dibedakan dengan negara-negara lain yang berada dalam kawasan yang sama, tidak

³¹ Lilla Simon Naggy, "Hungarian Public Diplomacy and the Effects of Hungary EU's Presidency". (Disertasi International Relations Doctoral School, Cornivus University of Budapest, 2012).

hanya untuk keberhasilan pencalonan sebagai presiden Uni Eropa, tapi juga untuk *image* jangka panjang. Disertasi oleh Lilla Simon Naggy ini membantu penulis untuk memahami bahwa *image* suatu negara bisa didapatkan melalui strategi diplomasi publik. Serta perlu dipahami pula bahwa diplomasi publik tidak selalu bersifat *tangible* karena terkadang hasilnya baru bisa dirasakan jauh setelah upaya tersebut dilaksanakan.

Kedua, dalam buku yang berjudul *Engagement, Public Diplomacy in a Globalised World*³² Louis Vinter, *Foreign and Commonwealth Office* dan David Knox, *British Council* menulis pada bagian ke-12 dalam buku dengan judul *Measuring the Impact of Public Diplomacy: Can it be Done?* Menjelaskan bahwa tujuan dari diplomasi publik adalah untuk membangun hubungan dengan negara-negara yang berbeda dari segi budaya dan segi lainnya bersifat konstan dan dipengaruhi oleh banyak faktor. Pelaku diplomasi publik Inggris menurutnya adalah FCO, British Council dan juga BBC World Service. Adanya aktivitas penuh oleh pelaku tersebut dapat dilihat, namun untuk mengetahui seberapa banyak perubahan yang telah dilakukan dibutuhkan waktu yang lebih lama, yang tidak bisa dilihat dalam satu atau dua tahun. Terdapat banyak kesulitan untuk melihat hasil diplomasi publik suatu negara, karena untuk mengetahui tingkat kepercayaan negara lain terhadap suatu negara atau hubungan yang telah terbangun karena diplomasi publik tersebut tidak bisa dilihat dalam jangka pendek. Chapter ke-12 dalam buku ini juga membuat beberapa skema untuk melihat bagaimana Inggris melaksanakan aktivitas diplomasi publik serta relevansi aktivitas tersebut dengan tujuan penggunaan diplomasi publik. Peneliti akan menganalisa tentang bagaimana NHK

³² Louis Vinter, "Measuring the Impact of Public Diplomacy: Can it be Done?" in *Engagement, Public Diplomacy in a Globalised World*. (Foreign and Commonwealth office : 2008).

WORLD berperan dalam diplomasi publik Jepang, dan buku ini memperlihatkan skema serta penjelasan yang akan membantu peneliti untuk melihat objek penelitian yang peneliti lakukan. Skema yang dijelaskan dalam buku ini terkait aktivitas diplomasi publik Inggris, skema ini memungkinkan untuk membandingkan dan melihat bagaimana aktivitas diplomasi publik Jepang yang dicocokkan dengan penelitian ini.

Ketiga, penelitian yang berjudul *British Public Diplomacy: A Case study of the BBC Hausa Service*³³ oleh A. Abubakar dan R. Mirchandani menjelaskan tentang diplomasi publik Inggris di Nigeria sebagai negara dengan jumlah penonton BBC Service terbanyak di dunia. Menurut penelitiannya BBC Hausa Service yang ditayangkan dengan bahasa Hausa dan juga bahasa Inggris menjadi media yang dapat dipercaya dibandingkan dengan media kelas dunia lain yang dianggap menyebarkan propaganda negara dalam sajian-sajiannya. Namun dalam penelitian ini dikatakan bahwa kepercayaan Nigeria terhadap BBC tidak serta merta membuat masyarakat Nigeria juga mempercayai Inggris sebagai negara, karena apa yang dilakukan Inggris di Irak dan Afganistan dianggap keji oleh banyak penonton BBC. Upaya diplomasi publik Inggris melalui BBC tidak sebaik penerimaan BBC Hausa itu sendiri di Nigeria. Penelitian ini menjadi penting bagi penulis karena memiliki kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan, karena sama-sama menggunakan media dalam diplomasi publik. Selain itu, dalam penelitian ini juga dikatakan bahwa *image* baik yang dimiliki oleh BBC sebagai media yang dapat dipercaya hanya akan bermanfaat bagi Inggris selagi Inggris benar-benar melakukan kebijakan luar negerinya seperti yang diungkapkan, dan bisa saja

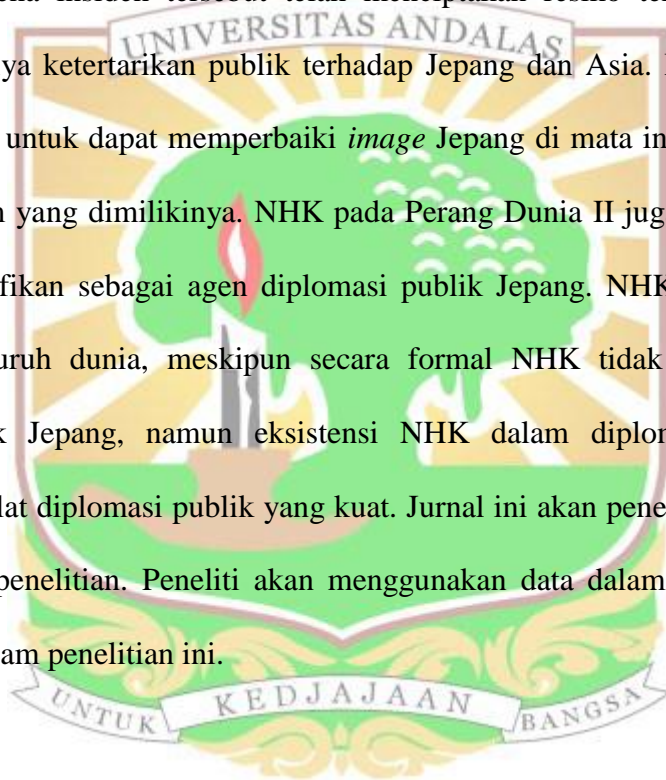
³³ Abubakar A, *British Public Diplomacy: A Case study of the BBC Hausa Service, Britain's International Broadcasting. CPD perspective on Public Diplomacy, Figueroa Press, (USA : City University London, 2014).*

Inggris mendapatkan image baik melalui BBC ataupun image BBC yang kemudian turun akibat image buruk Inggris. NHK WORLD memiliki audiens internasional dengan beragam program yang tidak hanya menampilkan informasi seputar Jepang, namun juga program lain seperti berita, olahraga, *review* terhadap tempat-tempat wisata di dunia dan program lainnya yang memungkinkan dapat mengundang banyak peminat dari NHK WORLD. Sementara, juga tidak bisa diabaikan bahwa Jepang memiliki *image* tersendiri di mata dunia terlepas dari bagaimana NHK WORLD menggambarkan Jepang sebagai negara dengan ragam programnya. Maka, penelitian oleh Abubakar ini akan membantu penulis tidak hanya untuk membandingkan upaya yang dilakukan oleh Jepang dan Inggris melalui media siar mereka, tapi juga membantu untuk memahami kasus Nigeria yang menikmati program suatu media namun tidak sepenuhnya menganggap negara dari media tersebut memiliki citra yang baik.

Keempat, disertasi Maïté Kersaint³⁴ yang membandingkan penggunaan diplomasi publik Jerman dan Amerika Serikat melalui digital secara praktik dan teori. Kedua negara tersebut sama-sama pernah mengalami krisis *image* yang mengharuskannya menggunakan diplomasi publik untuk beberapa tujuan. Dalam disertasinya Kersaint juga membuat tentang pemahaman diplomasi publik oleh para pakar dan berusaha menjawab pertanyaan penelitian tentang bagaimana sosial media mampu merubah diplomasi publik suatu negara. Penelitian yang dilakukannya akan peneliti gunakan sebagai referensi dalam penelitian ini. Data-data yang digunakan dalam penelitian oleh Kersaint juga akan peneliti tinjau untuk kemudian dicocokkan untuk dijadikan sebagai data sekunder dalam penelitian ini.

³⁴ Maïté Kersaint, *Exploring Public Diplomacy 2.0 A Comparison of German and US Digital Public Diplomacy in Theory and Practice*, (Disertasi., European University Viadrina Frankfurt, 2014).

Kelima, jurnal yang dibuat oleh Yamamoto Nobuto, *After Fukushima: New Public, NHK and Japan's Public Diplomacy*,³⁵ seorang profesor di Universitas Keio untuk *Southeast Asian Studies and International Relations*. Dalam jurnal tersebut Ia menjelaskan tentang *Risk Society* oleh Ulrich Beck, era modernisasi kerap dilihat dari bagaimana cara masyarakat menyelesaikan permasalahan yang ada dalam tekanan ketidakamanan. Nobuto berpendapat bahwa insiden Fukushima akan menjadi era baru bagi Jepang karena insiden tersebut telah menciptakan resiko terhadap publik dan merubah seutuhnya ketertarikan publik terhadap Jepang dan Asia. Menurutnya, NHK memiliki potensi untuk dapat memperbaiki *image* Jepang di mata internasional dengan berbagai program yang dimilikinya. NHK pada Perang Dunia II juga telah memainkan peran yang signifikan sebagai agen diplomasi publik Jepang. NHK memiliki banyak penonton di seluruh dunia, meskipun secara formal NHK tidak dikaitkan dengan diplomasi publik Jepang, namun eksistensi NHK dalam diplomasi publik dapat menjadikannya alat diplomasi publik yang kuat. Jurnal ini akan peneliti jadikan sebagai referensi dalam penelitian. Peneliti akan menggunakan data dalam jurnal ini sebagai data sekunder dalam penelitian ini.



³⁵ Yamamoto Nobuto, *After Fukushima: New Public, NHK and Japan's Public Diplomacy*, Review No.35 (Keio Communication, 2013).

1.7 KERANGKA KONSEPTUAL

1.7.1 Diplomasi Publik

Anthony Partkanis mendefinisikan diplomasi publik sebagai upaya promosi kepentingan nasional suatu negara dengan menginformasikan dan mempengaruhi masyarakat negara lain.³⁶ Terdapat beberapa cara dalam meraih kepentingan dengan diplomasi, ilmu diplomasi terbagi dalam beberapa bentuk di antaranya diplomasi publik dan juga diplomasi budaya. Pada dasarnya tujuan dari diplomasi tersebut ialah sama yaitu cara untuk mendapatkan kepentingan, namun tak dapat dipungkiri pula bahwa kepentingan tidak melulu hanya dimiliki oleh negara, karena juga terdapat aktor lain selain negara yang memiliki kepentingan dan menggunakan diplomasi sebagai jalan untuk mencapainya.

Diplomasi publik merupakan suatu upaya untuk membangun hubungan, pemahaman negara dengan negara lainnya dalam hal budaya maupun masyarakat, mengkomunikasikan tentang pandangan negara, memperbaiki kesalahan persepsi dan melihat di bagian mana kesalahan persepsi tersebut terjadi.³⁷ Terdapat perbedaan yang signifikan antara diplomasi publik dan diplomasi tradisional, diplomasi publik melibatkan aktor tidak hanya negara namun juga kelompok dan orang-orang yang

³⁶ Anthony Partkins, "Public Diplomacy in International Conflicts. A Social Influence Analysis," dalam *Handbook of Public Diplomacy*, ed. Nancy Snow and Philip M. Taylor (London, New York [etc.]: Routledge, 2009), dalam Kersaint Maité, "Exploring Public Diplomacy 2.0. A Comparison of German and US Digital Public Diplomacy in Theory and Practice", (disertasi, European University Viadrina Frankfurt, 2014)

³⁷ Mark Leonard, *Public Diplomacy*, (London Foreign Policy, 2002). Hal.8

memiliki kepentingan tertentu. Diplomasi publik juga sering digunakan untuk memperbaiki *image* negara terkait isu tertentu.³⁸

Ada beberapa tujuan yang bisa diraih dengan penggunaan diplomasi publik;³⁹

1. Meningkatkan keakraban, meningkatkan pengetahuan masyarakat, membuat mereka mengubah *image* serta persepsi tentang suatu negara.
2. Meningkatkan apresiasi, membuat masyarakat melihat isu yang berkembang di suatu negara dengan persepsi yang positif.
3. Mendorong masyarakat untuk melihat suatu negara sebagai tujuan wisata dan studi yang menarik, ingin membeli barang-barang dan mengadopsi nilai-nilai dari negara tersebut.
4. Mempengaruhi sikap masyarakat, meningkatkan dukungan masyarakat terhadap posisi negara tersebut.

Mark Leonard juga menjelaskan bahwa pemerintah perlu menyadari bahwa untuk mencapai tujuan dalam penyampaian pesan terhadap publik, diplomasi publik tidak dapat dilakukan dengan satu proses dimensi saja. Lebih lanjut ia menjelaskan, ada tiga dimensi diplomasi publik yang diusung oleh setiap negara dengan tujuan yang berbeda sesuai dengan isu dan kondisi negara saat itu. Tujuan dari dimensi itu ialah politik atau militer; ekonomi; dan sosial budaya. Masing-masing negara berada dalam keadaan yang berbeda sehingga kebutuhan diplomasi publik mereka tergantung pada keadaan tersebut.

³⁸ Ibid.

³⁹ Ibid hal 9-10

Nicholas J. Cull dalam bukunya yang berjudul *Public Diplomacy : Lesson From The Past*, membagi aktivitas diplomasi publik ke dalam lima kategori diplomasi publik;⁴⁰

1. *Listening*

Listening merupakan usaha dari aktor untuk mempengaruhi lingkungan internasional melalui pengumpulan dan penyusunan data dari publik internasional berikut dengan pemikiran serta opini mereka terhadap aktor. Data tersebut kemudian digunakan untuk mengarahkan kebijakan yang sesuai untuk melaksanakan diplomasi publik. *Listening* merupakan diplomasi publik berjangka pendek meskipun dalam keadaan tertentu bisa menjadi diplomasi publik jangka panjang. Aktor internasional akan lebih mengarahkan audiens internasional untuk lebih mendengar daripada berkomentar tentang fenomena yang tengah berlangsung. Menurut Cull, bentuk dasar dari diplomasi publik adalah *listening*, sehingganya pelaksanaan keempat kategori lainnya berdasarkan kepada *listening*.

2. *Advocacy*

Merupakan usaha aktor untuk mempengaruhi lingkungan internasional dengan kegiatan komunikasi internasional untuk mempromosikan dan memberitahu kebijakan, ide-ide ataupun kepentingan aktor tersebut kepada masyarakat di dunia. Advokasi termasuk dengan upaya melakukan jumpa pers kedutaan besar serta promosi kebijakan, informasi pekerjaan yang sesuai dengan tujuan kebijakan.

⁴⁰ Nicholas J. Cull. *CPD Perspective on Public Diplomacy: Lessons From The Past*, (Los Angeles: Figueroa Press, 2013)hal. 25.

Advokasi dapat berupa tulisan yang dirilis resmi oleh kedutaan dan merupakan bentuk diplomasi publik berjangka pendek.

3. *Cultural Diplomacy*

Seperti yang telah dijelaskan pula di atas, bahwa terdapat beberapa kesamaan antara diplomasi publik dan diplomasi kebudayaan. Dalam pembagian aktivitas diplomasi publik ini, Cull memasukkan diplomasi kebudayaan ke dalam salah satu kategori diplomasi publik. Di mana diplomasi kebudayaan adalah usaha suatu aktor untuk mempengaruhi lingkungan internasional dengan menyebarkan nilai-nilai kebudayaannya yang telah terkanal luas di dunia. Bentuk dari diplomasi publik ini berjangka panjang dan dapat dilakukan dengan usaha seperti mendirikan pusat kebudayaan di negara lain.

4. *Exchange Diplomacy*

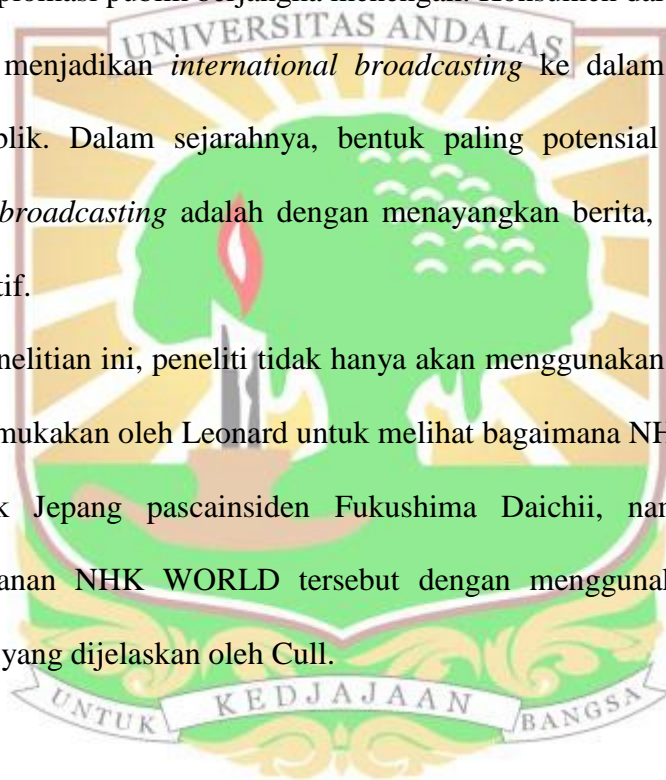
Merupakan diplomasi publik jangka panjang yang melibatkan pelajar dalam aktivitasnya. *Exchange Diplomacy* juga kerap dilaksanakan berdampingan dengan diplomasi kebudayaan, pembangunan pusat-pusat kebudayaan di negara lain juga biasanya disertai dengan program pertukaran pelajar. Di mana hal ini memungkinkan pemahaman terhadap satu negara terjadi melalui dukungan perilaku individu. Program pertukaran pelajar biasanya dilakukan secara rutin.

5. *International Broadcasting*

International Broadcasting adalah kategori terakhir dalam aktivitas diplomasi publik. Merupakan usaha yang dilakukan oleh aktor untuk mempengaruhi lingkungan internasional melalui teknologi media masa seperti radio, televisi, media cetak dan internet. Usaha ini dapat dilakukan oleh tidak hanya perusahaan yang

didanai oleh pemerintah yang secara jelas dinyatakan sebagai agen diplomasi publiknya, perusahaan komersil juga dapat dijadikan sebagai agen diplomasi publik meskipun tidak dinyatakan secara langsung membantu negaranya, karena bagaimanapun perusahaan komersil tersebut memiliki andil besar untuk dapat mempengaruhi pandangan dunia terhadap negaranya. Program yang dihadirkan oleh perusahaan-perusahaan tersebut dalam skala internasional membuatnya menjadi suatu usaha diplomasi publik berjangka menengah. Konsumen dari perusahaan tersebut adalah yang menjadikan *international broadcasting* ke dalam kategori aktivitas diplomasi publik. Dalam sejarahnya, bentuk paling potensial untuk melakukan *internasional broadcasting* adalah dengan menayangkan berita, terlebih jika berita tersebut objektif.

Dalam penelitian ini, peneliti tidak hanya akan menggunakan dimensi diplomasi publik yang dikemukakan oleh Leonard untuk melihat bagaimana NHK WOLRD dalam diplomasi publik Jepang pascainsiden Fukushima Daichii, namun juga dengan menganalisa peranan NHK WORLD tersebut dengan menggunakan lima aktivitas diplomasi publik yang dijelaskan oleh Cull.



1.8 METODOLOGI PENELITIAN

1.8.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu suatu penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fakta-fakta serta sifat-sifat fenomena yang diteliti.⁴¹ Dalam melakukan penelitian ini akan ada empat langkah yang penulis lakukan, pertama mengumpulkan data melalui daftar pustaka, kemudian menyederhanakan data yang telah didapat agar lebih mudah dalam proses penganalisaan, menggambarkan keseluruhan data secara terstruktur dan kemudian mengambil kesimpulan dari penelitian tersebut.⁴²

1.8.2 Batasan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana upaya diplomasi publik Jepang melalui NHK WORLD pascainsiden Fukushima Daiichi di Kawasan Asia Timur. Penulis akan menjelaskan perkembangan diplomasi publik Jepang yang dilakukan oleh NHK WORLD setelah insiden tersebut. Penelitian ini dimulai dari tahun 2011, di mana pada saat itu Jepang mengalami bencana *tsunami* yang berdampak pada meledaknya salah satu pembangkit tenaga nuklir di Fukushima hingga tahun 2016.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep diplomasi publik dengan menganalisa aktivitas diplomasi publik berdasarkan kategorinya, menggunakan konsep yang dikemukakan oleh Nicholas J. Cull.

⁴¹ Moh. Nazir, Ph.D, Metode Penelitian (Bogor : Ghalia Indonesia, 2005) hal 54

⁴² F.L. Whitney, *The Elements of Research*, (New York : Prentice Hall Inc, 1960) hal 160 dalam Asripal Melisa, Skripsi, Upaya Imprealisme Budaya Amerika Serikat di Uni Soviet Melalui Musik Jazz Pada Masa Perang Dingin,(Padang, 2015) hal 26

1.8.3. Unit dan Tingkat Analisis

Penelitian yang hendak penulis analisis adalah tentang peranan NHK WORLD dalam diplomasi publik Jepang pascainsiden Fukushima Daiichi. Menurut Mochtar Mas' oed unit analisis adalah unit sosial yang digunakan oleh penulis dalam mengukur sebuah variabel, unit analisis merupakan satuan yang perilakunya hendak dideskripsikan, jelaskan dan ramalkan.⁴³ Dalam penelitian ini unit analisisnya adalah negara, karena berupaya melihat diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang melalui NHK WORLD. Maka selanjutnya penelitian ini akan menekankan analisa pada interaksi yang terjadi antara Jepang dan negara-negara lain dalam kawasan Asia Timur melalui diplomasi publiknya, maka analisisnya berada dalam tingkatan kawasan, yang memiliki hubungan dengan negara-negara kawasan Asia Timur; Tiongkok, Korea dan Taiwan.

1.8.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka atau studi dokumen yang didapat secara primer maupun sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang didapat dari sumber data langsung yang diberikan kepada pengumpul data, sementara data sekunder adalah data yang didapat tidak langsung dari sumber data, bisa didapat dari data lain maupun diberikan oleh orang lain.⁴⁴ Dengan metode ini peneliti akan mencari data-data yang memiliki kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, data dapat berupa dokumen maupun artikel yang relevan dengan

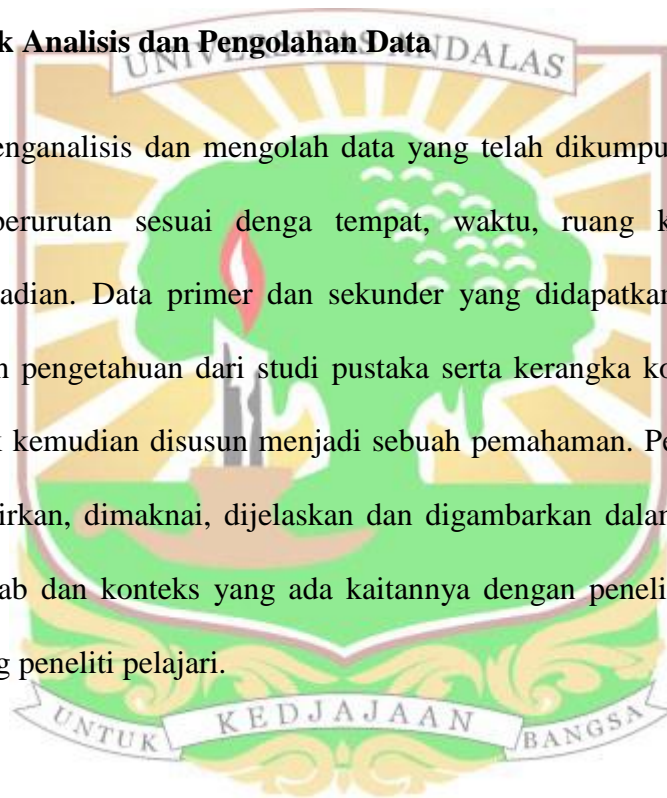
⁴³ Mochtar Mas' oed, Ilmu Hubungan Internasional Disiplin dan Metodologi (Jakarta : LP3ES, 1994) hal 35

⁴⁴ C.V. Good dan D.E. Scates, *Methodes of Research*, (London : Appleton-Century-Crofts,Inc.,1954) hal. 62

permasalahan dalam penelitian ini. Data primer dapat berupa dokumen yang didapat dari situs resmi instansi pemerintahan Jepang dalam melakukan diplomasi publiknya ataupun program yang dikeluarkan oleh NHK WORLD untuk membantu diplomasi publik Jepang. Sedangkan untuk data sekunder, penulis akan memperolehnya dari liputan media massa baik majalah maupun surat kabar, selain itu data ini juga dapat diperoleh dari jurnal ilmiah yang membahas masalah terkait penelitian ini.

1.8.5. Teknik Analisis dan Pengolahan Data

Untuk menganalisis dan mengolah data yang telah dikumpulkan, peneliti akan memilah data berurutan sesuai dengan tempat, waktu, ruang kejadian dan juga terbentuknya kejadian. Data primer dan sekunder yang didapatkan akan dicatat dan kemudian dengan pengetahuan dari studi pustaka serta kerangka konsep data tersebut akan dicek untuk kemudian disusun menjadi sebuah pemahaman. Pemahaman tersebut yang akan ditafsirkan, dimaknai, dijelaskan dan digambarkan dalam penelitian sesuai dengan alur, sebab dan konteks yang ada kaitannya dengan penelitian sesuai dengan pengetahuan yang peneliti pelajari.



1.9 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I Pendahuluan

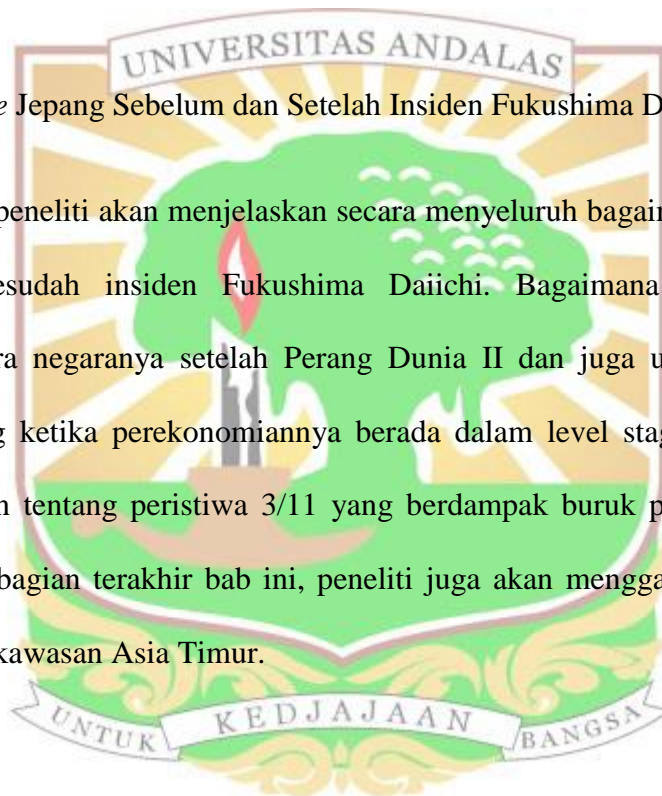
Merupakan bab pendahuluan, dalam bab ini peneliti akan menjabarkan latar belakang masalah sehingga penelitian ini penting untuk dilakukan, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, studi pustaka, dan metodologi penelitian.

BAB II *Image* Jepang Sebelum dan Setelah Insiden Fukushima Daiichi

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan secara menyeluruh bagaimana *image* Jepang sebelum dan sesudah insiden Fukushima Daiichi. Bagaimana Jepang berusaha memperbaiki citra negaranya setelah Perang Dunia II dan juga usaha lainnya yang dilakukan Jepang ketika perekonomiannya berada dalam level stagnan. Bab ini juga akan menjelaskan tentang peristiwa 3/11 yang berdampak buruk pada *image* Jepang. Selain itu, pada bagian terakhir bab ini, peneliti juga akan menggambarkan dinamika *image* Jepang di kawasan Asia Timur.

BAB III Diplomasi Publik Jepang dan NHK WORLD

Bab ini merupakan bagian penjelasan mengenai diplomasi publik dan peranan NHK WORLD dalam diplomasi publik Jepang sejak pertama kali didirikan serta menggambarkan fakta-fakta terkait dukungan dalam diplomasi publik yang dilakukan oleh NHK WORLD dalam memperbaiki citra Jepang di mata dunia.



BAB IV Analisis Upaya Diplomasi Publik Jepang Melalui NHK WORLD pascainsiden Fukushima Daiichi di kawasan Asia Timur

Bab ini menampilkan analisis peneliti mengenai upaya diplomasi publik Jepang melalui NHK WORLD pascainsiden Fukushima Daiichi berdasarkan konsep lima indikator aktivitas diplomasi publik yang dikemukakan oleh Nicholas J. Cull.

BAB V Penutup

Pada bab ini, peneliti akan menguraikan hasil temuan dalam penelitian dalam bentuk kesimpulan tentang upaya yang dilakukan oleh Jepang melalui NHK WORLD dalam diplomasi publiknya. Bab ini juga akan memaparkan saran yang dianggap penting oleh peneliti untuk dikemukakan kepada pembaca.

