

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

Dalam tatanan dunia internasional, negara menggunakan beragam cara dalam pencapaian kepentingan nasionalnya. Salah satunya adalah penggunaan *soft power*. Menurut Nye, negara harus mampu menggunakan kekuatan *soft power*-nya untuk mencapai kepentingannya.¹ Ada beberapa bidang yang menjadi kekuatan bagi suatu negara dalam melakukan *soft power* yakni budaya, politik dan sosial ekonomi. Jepang sebagai negara yang kaya akan budaya terkhususnya budaya tradisional populer memiliki potensi dalam pemaksimalan budaya tersebut sebagai alat penerapan kepentingan negaranya. Dalam konsep diplomasi budaya, budaya atau tradisi mampu menjadi jalan atau alat untuk melakukan komunikasi atau mengajak, mempengaruhi khalayak banyak dengan tujuan *national branding* dan penerapan kepentingan.²

Jepang mulai melakukan hubungan diplomatik dengan Indonesia setelah disepakatinya perjanjian perdamaian antara pihak Jepang dan Republik Indonesia pada april 1958.³ Setelah dilakukan perjanjian tersebut peningkatan demi peningkatan hubungan diplomatis terus dilakukan dengan serangkaian kerjasama dan juga

1 Joseph Jr Nye. "Soft Power and American Foreign Policy." *Political Science Quaterly Academy of Political Science*, 2004.

2 Tulus Warsito, dan Wahyuni Kartikasari. *Diplomasi Kebudayaan*. Yogyakarta: Ombak, 2007.

3 Rod Fisher. *Japan Country Report*. Country Report, Preparatory Action "Culture in The EU's External Relations", 2014.

pertukaran nota kerjasama yang dilakukan oleh kedua negara dalam berbagai bidang meliputi investasi, pariwisata dan pertukaran budaya.⁴

Di Indonesia, pengembangan kebijakan *Cool Japan* mulai gencar dilakukan sejak tahun 2008 setelah peringatan 50 tahun hubungan diplomatik antara Jepang dan Indonesia.⁵ Pengembangan yang dilakukan menggunakan strategi promosi budaya populer yang dikembangkan oleh Jepang dengan dukungan Kementerian Luar Negeri, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian dan The Japan Foundation. Pengembangan kebijakan ini dianggap sebagai suatu usaha bagi Jepang dalam merevitalisasi negaranya.

Adapun langkah yang dilakukan Jepang dalam promosi budayanya adalah melakukan serangkaian kegiatan yang sifatnya menyokong kebijakan budaya populer tersebut seperti promosi melalui jalur musik, pada tahun 2013 grup band asal Jepang yakni Scandal melakukan konser di Indonesia yang kemudian bentuk rangkaian acara dipublikasikan dalam media-media nasional di Indonesia.⁶

The Japan Foundation sebagai lembaga yang berjalan atas dasar tujuan diplomasi publik Jepang tersebut juga mengadakan berbagai bentuk kegiatan yang bertemakan budaya populer Jepang di Indonesia seperti kompetisi sumo internasional yang diselenggarakan di Jakarta, lalu Anime Festival Asia Indonesia (AFAID) di

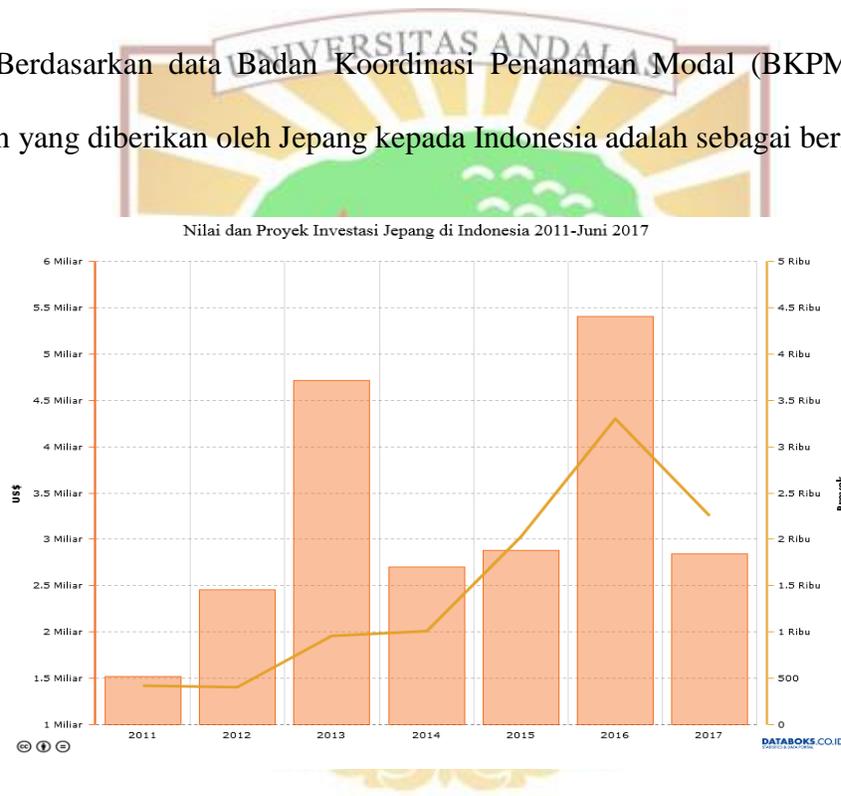
4 Sekretariat Kabinet RI. Hubungan Saling Menguntungkan Indonesia Jepang. Januari 16, 2017. <http://presidenri.go.id/berita-aktual/hubungan-saling-menguntungkan-Indonesia-Jepang.html> (accessed Desember 3, 2017).

⁵ Okky Gilang Matahari. "Analisis Implementasi Strategi Diplomasi". *Jurnal Analisis Hubungan Internasional*, Vol. 3, No. 1, 2014: 491-510.

⁶ Okky Gilang Matahari. "Analisis Implementasi Strategi Diplomasi". *Jurnal Analisis Hubungan Internasional*, Vol. 3, No. 1, 2014: 491-510.

tahun 2012 dan 2013.⁷ Kegiatan lainnya adalah Jak-Japan Matsuri yang diselenggarakan atas tujuan Pemahaman budaya dua negara dan peningkatan upaya saling pengertian ditengah-tengah masyarakat.⁸ Penyelenggaraan kegiatan-kegiatan tersebut didukung sepenuhnya oleh pemerintahan Jepang melalui institusinya. Selain itu pengembangan *Cool Japan* di Indonesia disertai oleh beragam investasi yang dilakukan secara berkala oleh sektor pemerintahan dan non-pemerintah Jepang

Berdasarkan data Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), investasi pertahun yang diberikan oleh Jepang kepada Indonesia adalah sebagai berikut :



Sumber : Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM)⁹

⁷ Okky Gilang Matahari. "Analisis Implementasi Strategi Diplomasi". *Jurnal Analisis Hubungan Internasional*, Vol. 3, No. 1, 2014: 491-510.

⁸ "Sambutan Jak-Japan Matsuri", <http://www.jakjapanmatsuri.com/about.html> (diakses pada 4 mei 2018 pukul 09:00 WIB)

⁹ Katadata.co.id. "2016, Investasi Jepang ke Indonesia Naik 88 Persen." databoks.katadata.co.id. September 5, 2017. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/09/05/2016-investasi-jepang-ke-indonesia-naik-88-persen> (accessed September 21, 2018).

menyebutkan bahwa Jepang merupakan salah satu negara investor terbesar di Indonesia dengan data pada tahun 2016 mencapai US\$ 5,4 miliar atau setara dengan Rp 71,8 triliun. Pada tahun 2017 angka investasi ini memang mengalami penurunan sebanyak 1,77% akan tetapi penurunan ini diiringi oleh kenaikan jumlah proyek investasi Jepang di Indonesia sebanyak 30% yakni peningkatan dari angka 1.725 menjadi 2.254 proyek.¹⁰ Data dari kedutaan besar Jepang di Indonesia juga menyebutkan bahwa adanya 1000 perusahaan Jepang yang beroperasi di Indonesia dan perusahaan-perusahaan tersebut mempekerjakan lebih dari 32 ribu pekerja Indonesia.

Berdasarkan survey yang dilakukan Seungik Han akan pengaruh Jepang di dunia pada tahun 2006 – 2014. Menurut Han, respon positif terbesar terhadap pengaruh Jepang diberikan oleh Indonesia dengan *range* 56 dan 78 yang mana angka ini lebih tinggi dari angka pengaruh Jepang atas dunia dan juga Tiongkok.¹¹

Keberhasilan Jepang dalam pengimplementasian kebijakan Diplomasi publiknya juga terlihat dari jumlah warga negara Indonesia yang menetap di Jepang sebanyak 42.850 jiwa berdasarkan data kementerian luar negeri Indonesia april 2017.¹² Dan jumlah wisatawan Indonesia yang melonjak setiap tahunnya, seperti pada tahun 2016 yang berjumlah 270.014 wisatawan yang mana jumlahnya lebih

¹⁰ Katadata.co.id. "2016, Investasi Jepang ke Indonesia Naik 88 Persen." databoks.katadata.co.id. September 5, 2017. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/09/05/2016-investasi-jepang-ke-indonesia-naik-88-persen> (accessed September 21, 2018).

¹¹ Seungik Han, "Indonesia, Japanophile : Japanese Soft Power in Indonesia", GSCIS Singapore, 2015, Hal 1-2

¹² Kementerian Luar Negeri Indonesia. 60 tahun RI_Jepang. 2018. <http://www.kemlu.go.id/id/pages/60-ri-jepang.aspx> (accessed februari 3, 2019).

besar dua kali lipat daripada tahun 2015.¹³ Pada hitungan tengah tahun 2017 akan jumlah wisatawan yang mengunjungi Jepang sebanyak 184.923 wisatawan yang mana jumlah ini hampir mendekati jumlah wisatawan di satu tahun sebelumnya.¹⁴ Selain itu Jepang juga memberikan beragam beasiswa pendidikan bagi pelajar Indonesia hingga pada tahun 2016 terhitung sebanyak 3.670 pelajar Indonesia di Jepang.¹⁵ Hal ini pun memperlihatkan bagaimana perkembangan citra positif yang diperlihatkan Jepang di Indonesia telah tercapai dalam beberapa aspek.

Melihat perkembangan investasi Jepang di Indonesia yang angkanya terus berada di atas US\$ 2 miliar serta serangkaian kegiatan yang masih rutin dilakukan. Jika dikaji melalui kebijakan luar negerinya yang bersifat *National branding*, Jepang telah mampu menciptakan citra positif nya di Indonesia. Namun, Jepang tetap secara sinergis melakukan penerapan kebijakannya di Indonesia bahkan tarafnya semakin meningkat baik dalam bentuk kegiatan maupun pendanaan.¹⁶ Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti lebih dalam mengenai permasalahan tersebut terkait Kepentingan Jepang dalam mengimplementasikan *Cool Japan* di Indonesia sehingga Jepang terus melakukan upaya peningkatan hubungan bilateral dengan Indonesia dalam bidang pasar dan kerangka kerjasama walaupun citra Jepang dan kerangka kerjasama dua negara ini sudah baik.

¹³ JNTO. Wisatawan Mancanegara Ke Jepang Capai 13 Juta Orang. 2014 <https://www.jnto.or.id/berita-jnto/detail/wisatawan-mancanegara-ke-jepang-capai-13-juta-orang> (diakses 24 januari 2019)

¹⁴ Kementerian Luar Negeri Indonesia. 60 tahun RI_Jepang. 2018. <http://www.kemlu.go.id/id/pages/60-ri-jepang.aspx> (accessed february 3, 2019).

¹⁵ Kementerian Luar Negeri Indonesia. 60 tahun RI_Jepang. 2018. <http://www.kemlu.go.id/id/pages/60-ri-jepang.aspx> (accessed february 3, 2019).

¹⁶ Sekretariat Kabinet RI. *Hubungan Saling Menguntungkan Indonesia Jepang*. Januari 16, 2017. <http://presidenri.go.id/berita-aktual/hubungan-saling-menguntungkan-Indonesia-Jepang.html> (accessed Desember 3, 2017).

1.2 Rumusan Masalah

Cool Japan merupakan kebijakan Diplomasi Publik Jepang yang bertujuan untuk peningkatan citra positif. Pada perkembangan kebijakan ini, Jepang telah mampu menciptakan citra positifnya di Indonesia. Akan tetapi, secara sinergis Jepang tetap melakukan penerapan kebijakan *Cool Japan* di Indonesia bahkan tarafnya semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini terlihat pada intensitas kegiatan bertemakan Jepang yang rutin dilakukan setiap tahunnya dan didukung oleh data perkembangan investasi Jepang di Indonesia, terlihat grafik investasi terus berada di atas US\$ 2 miliar disertai serangkaian kegiatan rutin yang dilakukan di Indonesia.¹⁷ Sehingga menarik untuk meneliti alasan Jepang terus mendorong pelaksanaan *Cool Japan* di Indonesia ketika diplomasi publik itu telah terindikasi berhasil.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian ialah sebagai berikut Mengapa Jepang terus mendorong pelaksanaan diplomasi publik *Cool Japan* di Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengetahui Alasan keberlanjutan pelaksanaan *Cool Japan* di Indonesia ketika diplomasi publiknya telah terindikasi berhasil.

¹⁷ Katadata.co.id. "2016, Investasi Jepang ke Indonesia Naik 88 Persen." databoks.katadata.co.id. September 5, 2017. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/09/05/2016-investasi-Jepang-ke-indonesia-naik-88-persen> (accessed September 21, 2018).

1.5 Manfaat Penelitian

1. Untuk mengetahui alasan Jepang terus mendorong pelaksanaan kebijakan *Cool Japan* di Indonesia.
2. Menjadi referensi tambahan bagi perpustakaan ilmu hubungan internasional universitas andalas bahwa dalam penggunaan kekuasaan, hard power bukanlah satu-satunya jalan dalam memperoleh kepentingan namun soft power menjadi pilihan yang mumpuni dalam penguatan kekuasaan dan sebagai jalan dalam penerapan kepentingan

1.6 Studi Kepustakaan

Dalam penelitian ini akan menggunakan beberapa sumber dan konsep dari penelitian terdahulu terkait *Cool Japan* dan hubungan bilateral Indonesia dan Jepang. Salah satu referensi yang digunakan adalah artikel jurnal yang diteliti oleh andi¹⁸ yang memuat tentang bagaimana implementasi dari kebijakan *Cool Japan* di Indonesia, dalam penelitian tersebut memperlihatkan bahwa adanya pengembangan industri kreatif yang coba dilakukan oleh Jepang dan dalam penerapannya dilandasi oleh kebijakan Jepang yang berorientasi pada industri kreatif tersebut. Kebijakan *Cool Japan* dianggap menjadi suatu wadah dalam peningkatan pasar dan menjadi aspek dalam penguatan hubungan kerjasama dua negara yakni Indonesia dan Jepang.

¹⁸ Andi Hafitz Khanz. "Strategi Implementasi *Cool Japan* Indonesia di Sektor Hiburan". *eJournal Ilmu Hubungan Internasional* 5 (3), 2017: 889-902.

Sumber lain yang digunakan adalah artikel jurnal yang ditulis oleh McGray,¹⁹ dimana pada tulisannya McGray mengungkapkan bahwa dalam pengembangan Jepang sebagai negara superpower, GNP/ Gross National Product bukan lagi menjadi suatu yang utama lagi bagi Jepang namun melalui GNC/ Gross National Cool, Jepang mampu memperoleh jalan sebagai negara super power. Dan istilah *Cool Japan* muncul setelah adanya pernyataan oleh McGray terkait Gross National Cool.

Kajian pustaka selanjutnya, menggunakan judul “*Analisis Implementasi Strategi Diplomasi Budaya Populer Jepang di Indonesia Tahun 2008-2013*” oleh Okky Gilang Matahari dalam Jurnal Analisis Hubungan Internasional. Di dalam jurnal tersebut dijabarkan mengenai masa resesi ekonomi Jepang (*bubble economy*), diperparah dengan krisis ekonomi pada tahun 2008 yang menimpa dunia internasional. Hal ini juga berdampak pada perekonomian Jepang, sehingga Jepang melakukan revitalisasi ekonominya melalui kebijakan diplomasinya. Salah satu negara yang menjadi target diplomasi Jepang adalah Indonesia. Indonesia dianggap sebagai pasar yang mempunyai daya tarik lebih bagi Jepang. Pada tahun 2008 itu juga Jepang memperingati 50 tahun hubungan diplomatik antara Jepang dan Indonesia hal ini pun menjadi salah satu wadah bagi Jepang dalam penerapan *Cool Japan*, pada tahun itu acara Jak – Japan Matsuri di inisiasi dengan tujuan pemahaman kebudayaan dan adanya saling pengertian antar kedua negara. Berangkat dari hal ini Jepang terus melakukan hubungan diplomatiknya di Indonesia melalui serangkaian kegiatan yang memperkenalkan budaya populer Jepang seperti kompetisi sumo internasional di

¹⁹ Douglas McGray. "Japan's Gross National Cool." *Foreign Policy* 30, 2002: 44-54.

Jakarta, penyelenggaraan Anime Festival Asia Indonesia (AFAID) yang penyelenggaraannya disokong oleh The Japan Foundation. Di dalam jurnal ini dijelaskan secara komprehensif analisis alasan Jepang tertarik dengan Indonesia setelah terjadinya krisis pada tahun 2008 melalui diplomasi kebudayaan dan arti penting Indonesia dalam memandang Jepang. Perbedaan dengan penelitian penulis, yakni lebih berfokus kepada Kepentingan yang dibawa Jepang melalui implementasi kebijakan *Cool Japan* di Indonesia.²⁰

Kajian pustaka selanjutnya yakni artikel jurnal yang ditulis oleh Bagus Fitriani Yudoprakoso dan Asra Virgianita yang berjudul “*Analisis Cool Japan dalam Politik dan Ekonomi Luar Negeri Jepang periode 2002-2013*”.²¹ Di dalam artikel ini dijelaskan bahwa ada sebuah perubahan arah perpolitikan Jepang terhadap dunia yang diimplementasikan dalam kebijakan *Cool Japan*. Jika pada 2006 kebijakan *Cool Japan* berfokus pada *National Branding* diakibatkan ada beberapa pengaruh yang ingin disebarkan Jepang ke dunia di bawah pengawasan Kementerian Luar Negeri Jepang. Pada tahun 2011 fokus kebijakan tersebut tidak hanya berfokus pada *National Branding*, namun juga mulai mengarah kepada bidang perekonomian karena faktor pengawasan kebijakan *Cool Japan* yang semula oleh Kementerian Luar Negeri Jepang beralih ke Kementerian Perdagangan dan Perekonomian Jepang.

²⁰ Okky Gilang Matahari, “*Analisis Implementasi Strategi Diplomasi Budaya Populer Jepang di Indonesia tahun 2008-2013*”, Jurnal Analisis HI Vol. 3, No. 2, 2014.

²¹ Bagus Fitriani Yudoprakoso dan Asra Virgianita, “*Analisis Cool Japan dalam Politik dan Ekonomi Luar Negeri Jepang periode 2002-2013*”, FISIP UI, 2013.

Sumber referensi selanjutnya adalah tulisan Seungik Han yang berjudul “*Indonesia, Japanophile : Japanese Soft Power in Indonesia*”.²² Tulisan ini memuat survey yang dilakukan oleh Han terhadap Indonesia, dimana Han meneliti bagaimana pengaruh yang diberikan oleh Jepang ke Indonesia dan kemudian faktor yang mempengaruhi tersebut dikomparasikan dengan pengaruh negara-negara lain ke Indonesia.

1.7 Kerangka Konseptual dan Kerangka Berpikir

1.7.1 Diplomasi Publik

Diplomasi merupakan sebuah cara untuk mencapai kepentingan nasional. Diplomasi juga diartikan sebagai tata cara yang menggunakan *soft power*. Menurut Nye, *soft power* merupakan upaya dalam mempengaruhi aktor lain untuk mencapai kepentingan tanpa menggunakan kekerasan atau hal yang sifatnya militer²³. Dapat disimpulkan bahwa *Soft power* merupakan kekuatan yang dimiliki oleh suatu negara untuk memberikan pengaruhnya tanpa menggunakan unsur militer. Dalam hal ini diplomasi budaya dapat dikategorikan sebagai cara yang sifatnya persuasif guna mempengaruhi suatu negara atau aktor lain demi penerapan kepentingan negara dan juga diplomasi budaya merupakan jalan yang sifatnya *low politics*.

Secara umumnya, Diplomasi dapat diartikan sebagai sebuah upaya bagi suatu negara dalam mencapai kepentingan nasionalnya di tatanan masyarakat

²² Seungik Han, “*Indonesia, Japanophile : Japanese Soft Power in Indonesia*”. GSCIS Singapore, Korea University. 2015.

²³ Joseph Jr Nye. "Soft Power and American Foreign Policy." *Political Science Quarterly Academy of Political Science*, 2004.

internasional.²⁴ Upaya dari diplomasi tidak hanya berbentuk perundingan namun juga segala upaya hubungan internasional yang dilakukan negara tersebut. Sedangkan diplomasi Publik menurut Jan Melissen diartikan sebagai sebuah usaha untuk mempengaruhi orang atau organisasi di luar negaranya dengan cara yang positif sehingga mengubah cara pandang orang terhadap negara tersebut.²⁵

Menurut Mark Leonard, diplomasi publik merupakan jenis diplomasi yang berbeda dengan diplomasi konvensional pada umumnya, dikarenakan adanya interaksi yang tidak hanya melibatkan pemerintah namun, individu dan organisasi non pemerintahan dapat terlibat.²⁶

Dalam konsep turunan diplomasi publik yakni diplomasi budaya, budaya atau tradisi mampu menjadi jalan atau alat untuk melakukan komunikasi atau mengajak, mempengaruhi khalayak banyak dengan tujuan national branding dan penerapan kepentingan.²⁷ Sehingga diplomasi budaya bisa menjadi jalan yang efektif dalam mencapai tujuan negara tanpa harus menggunakan *hard power* dari suatu negara.

Dalam tulisan Soedjatmoko dan Kenneth W. Thompson yang berjudul *World Politics*, dinyatakan bahwa ada tiga pilar yang akan dapat terbentuk ketika suatu negara mampu menjalankan proses diplomasi budaya :²⁸

²⁴ Andi Hafitz Khanz. "Strategi Implementasi *Cool Japan* Indonesia di Sektor Hiburan". *eJournal Ilmu Hubungan Internasional* 5 (3), 2017: 889-902.

²⁵ C Hennida, "Diplomasi Publik dalam Politik Luar Negeri". 2008

²⁶ Mark Leonard, "Diplomacy by Other Means". *Foreign Policy* 132(2), 2002: 48-56

²⁷ Tulus Warsito, dan Wahyuni Kartikasari. *Diplomasi Kebudayaan*. Yogyakarta: Ombak, 2007.

²⁸ Thompson, W Kenneth dan Soedjatmoko. 1976. *World Politics*. United States of America: The Free Press.

1. Pertukaran para ahli dan alat teknologi yang mampu meningkatkan sumber daya manusia.
2. Pertukaran informasi dan ilmu pengetahuan sebagai suatu proses pertukaran pikiran.
3. Promosi akan negara tertentu atau sebagai jalan pemecahan masalah.

Diplomasi kebudayaan menurut Soetdjatmoko dan Kenneth dapat dikategorikan sebagai pembentuk utama dalam perubahan sistem kekuatan international dan subsistem regional.²⁹ Perubahan ini nantinya akan berdampak pada tatanan sistem internasional.

Dapat disimpulkan bahwa diplomasi publik merupakan sebuah upaya dalam mencapai kepentingan nasional dengan cara yang sifatnya positif dan melibatkan masyarakat luar negaranya. Dalam pelaksanaannya ada beberapa tujuan penggunaan diplomasi publik yang bisa dicapai :³⁰

1. Meningkatkan Keakraban

Cara ini dilakukan dengan memberikan pemahaman atau persepsi baik oleh negara tersebut disertai dengan aspek pengetahuan akan seluk beluk negara tersebut kepada masyarakat negara lain.

2. Meningkatkan Apresiasi

²⁹ Thompson, W Kenneth dan Soedjatmoko. 1976. *World Politics*. United States of America: The Free Press.

³⁰ Louise Diamond dan Jhon McDonald, "Multi-track Diplomacy: A systems Approach to Peace Third Edition". (Kumarian pres 1996), Hal 7.

Membangun pandangan positif dalam masyarakat terhadap segala isu yang dilakukan negara tersebut.

3. Merangkul Masyarakat

Mendorong masyarakat negara lain untuk melihat bahwa negara tersebut memiliki potensi yang baik dan mendorong masyarakat negara lain untuk datang ke negara tersebut dalam bidang pariwisata, menggunakan produk-produk hasil negara tersebut sebagai suatu olahan perindustrian kreatif dan menarik perhatian masyarakat akan nilai-nilai yang diadopsi negara tersebut.

4. Mempengaruhi Sikap Masyarakat

Mendorong perilaku masyarakat dalam mendukung segala isu yang dilakukan negara tersebut.

Pada praktik diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh Jepang ke Indonesia menimbulkan suatu pertanyaan yakni mengapa Indonesia dijadikan sebagai target pelaksanaan diplomasi publiknya dan kepentingan Jepang di balik kebijakannya tersebut di Indonesia. Sehingga dalam penelitian ini konsep *national interest* memiliki peranan penting dalam menganalisa kepentingan nasional melalui aspek diplomasi kebudayaan. Pada artikel *Foreign Policy* tahun 2002, Mark Leonard menyebutkan ada empat tujuan dalam pelaksanaan diplomasi publik yakni:³¹

1. Memberikan pengaruh terhadap sikap masyarakat, peningkatan pada jumlah dukungan terhadap suatu negara

³¹ Mark Leonard. *Publik diplomacy*. London : The Foreign Policy centre, 2002.

2. Meningkatkan hubungan dengan suatu negara dalam berbagai bidang meliputi pendidikan, pariwisata dan budaya sebuah negara yang dapat diadopsi dan dipahami
3. Meningkatkan rasa apresiasi, menciptakan pandangan positif terhadap tindakan dan kebijakan sebuah negara
4. Meningkatkan rasa keakraban, mengubah pandangan sebuah negara di mata masyarakat atau publik.

Melalui dua konsep ini dapat disimpulkan bahwa ada beberapa tujuan negara dalam pelaksanaan diplomasi publik yakni :

1. Meningkatkan rasa keakraban, mengubah pandangan sebuah negara di mata publik dengan memberikan pemahaman atau persepsi baik oleh negara tersebut disertai dengan aspek pengetahuan akan seluk beluk negara tersebut kepada masyarakat negara lain.
2. Meningkatkan rasa apresiasi, menciptakan pandangan positif terhadap tindakan dan kebijakan negara
3. Merangkul masyarakat, meningkatkan hubungan dengan suatu negara dalam berbagai bidang meliputi pendidikan, pariwisata dan budaya sebuah negara yang dapat diadopsi dan dipahami oleh masyarakat negara lain.
4. Memberikan pengaruh terhadap masyarakat, peningkatan pada jumlah dukungan terhadap suatu negara.

Tujuan dalam pelaksanaan diplomasi publik Jepang adalah untuk pencapaian dalam kepentingan nasionalnya. Menurut Morgenthau, kepentingan nasional suatu negara adalah untuk pencapaian akan kekuasaan, yakni segala hal yang dapat membentuk mempertahankan pengendalian suatu negara atas negara lain.³² Pada kepentingan nasionalnya Jepang memiliki arah ke arah perekonomian sehingga instrumen diplomasi publik dapat menjadi langkah penting. Suatu negara dapat melakukan diplomasi publik sebagai suatu media dan sebagai identitas dalam pencapaian kepentingan nasionalnya.

1.7.2 Kerangka Kebijakan *Cool Japan*

Cool Japan merupakan strategi yang menggunakan budaya sebagai dasar dalam penyeimbang dan peningkatan ekonomi melalui jalur budaya khas yang dimiliki oleh Jepang.³³ Pada tahun 2002 pengembangan strategi *Cool Japan* terus dilakukan dengan tujuan mampu menjadi penggerak bagi industri kreatif Jepang. Jepang memusatkan pengembangan industri kreatifnya melalui beberapa sektor yakni kuliner, *fashion*, komputer, kerajinan, hiburan dan teknologi.³⁴

Kebijakan pemerintah Jepang mengenai penggunaan budaya populer sebagai sebuah instrumen diplomasi publik sudah ditetapkan sejak tahun 2004 melalui *Diplomatic Bluebook* yang dikeluarkan Kementerian Luar Negeri Jepang. Salah satu

³² Mochtar Mas' oed, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*, pustaka LP3S. Jakarta .1994

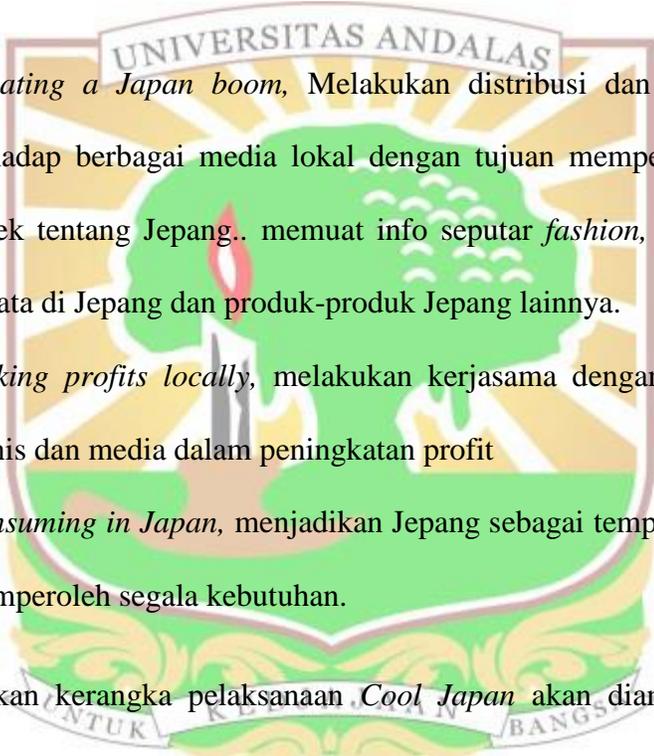
³³ Kementerian Luar Negeri Indonesia. KBRI Tokyo-Jepang. 2015.

<http://www.kemlu.go.id/tokyo/id/pages/Jepang.aspx> (accessed Desember 3, 2017).

³⁴ Andi Hafitz Khanz., "Strategi Implementasi *Cool Japan* Indonesia di Sektor Hiburan". *eJournal Ilmu Hubungan Internasional* 5 (3), 2017: 889-902.

isinya yakni mengedepankan dukungan terhadap perkembangan budaya populer serta menjadikannya instrumen bagi strategi diplomasi Jepang.³⁵

Secara garis besar *Cool Japan* merupakan kebijakan yang bertujuan untuk peningkatan *National Wealth* menggunakan beberapa sektor yakni kuliner, komputer, hiburan dan lainnya. Adapun gambaran dalam kerangka pelaksanaan cool japan adalah sebagai berikut :³⁶

- 
1. *Creating a Japan boom*, Melakukan distribusi dan penginformasian terhadap berbagai media lokal dengan tujuan memperkenalkan segala aspek tentang Jepang.. memuat info seputar *fashion*, makanan, tempat wisata di Jepang dan produk-produk Jepang lainnya.
 2. *Making profits locally*, melakukan kerjasama dengan berbagai sektor bisnis dan media dalam peningkatan profit
 3. *Consuming in Japan*, menjadikan Jepang sebagai tempat destinasi untuk memperoleh segala kebutuhan.

Berdasarkan kerangka pelaksanaan *Cool Japan* akan dianalisis bagaimana pengembangannya di Indonesia dan kemudian indikator pelaksanaannya tersebut akan dikaji menggunakan konsep tujuan diplomasi untuk melihat kepentingan Jepang dalam pelaksanaan diplomasi publiknya.

³⁵ MOFA, Diplomatic Bluebook 2004, <http://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/> (diakses tanggal 29 November 2018)

³⁶ Ministry of Economy, Trade and Industry. "Cool Japan Strategy". 2012

1.8 Metodologi penelitian

1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan bentuk metode kualitatif dan jenis penelitian eksplanatif dengan teknik *literature research*, dimana pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data-data sekunder berupa data-data yang telah yang membahas mengenai fakta-fakta konkrit yang menunjukkan adanya titik upaya oleh Jepang dengan pemanfaatan budaya populer dan tradisional Jepang sebagai salah satu alat bagi negara tersebut untuk mempengaruhi dan memberikan dampak kepada Indonesia.

1.8.2 Batasan Masalah

Pemberian batasan masalah dimaksudkan agar penelitian bersifat lebih spesifik, jelas dan terarah, serta untuk menghindari terjadinya penyimpangan pengkajian pokok permasalahan. Objek penelitian ini ialah meninjau kepentingan diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh Jepang dengan memberikan indikator-indikator tindakan yang diimplementasikan di Indonesia. Dalam penelitian ini penulis akan berfokus kepada indikator-indikator yang melekat pada konsep diplomasi kebudayaan dan menetapkan batasan kurun waktu penelitian, yakni dari tahun 2008 – 2017, mengingat di tahun 2008 ialah tahun peringatan hubungan diplomatik Indonesia – Jepang serta krisis finansial global yang berdampak pada Jepang (saat itu juga mengalami masa resesi *bubble*

economy). Lebih lanjut peneliti ingin meneliti kepentingan Jepang menjadikan Indonesia menjadi target pengimplementasian kebijakan diplomasinya.

1.8.3 Tingkat dan Unit Analisa

Kegunaan dari alat tingkat dan unit analisa ialah untuk mempedomani penulis dalam melakukan sebuah penelitian di hubungan internasional, sebab tanpa adanya tingkat dan unit analisis, kefokusannya yang ingin diteliti dan di elaborasi dari penelitian ini tidak dapat dijamin. Penulis menggunakan tingkat dan unit analisa untuk pembahasan isu ini dikarenakan akan membantu untuk pedoman dan bimbingan dalam menjelaskan fenomena dalam hubungan internasional. Unit analisa dalam penelitian ini ialah negara Jepang, sebab ialah objek yang menerapkan upaya diplomasi tersebut. Unit eksplanasi yang dikemukakan ialah pengimplementasian kebijakan *Cool Japan* di Indonesia melalui serangkaian kegiatan. Tingkat analisa dalam penelitian ini adalah negara, sebab Jepang merupakan aktor utama dalam melakukan upaya diplomasi.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dari berbagai sumber akademik berbentuk literatur seperti buku, jurnal, majalah, surat kabar, berita dan website. Studi pustaka dilakukan untuk memperoleh data dan fakta yang mendukung permasalahan yang ingin diteliti.

Data-data yang dikumpulkan berkaitan dengan implementasi kebijakan Cool Japan di Indonesia. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini ialah dengan memanfaatkan data primer dan sekunder. Untuk data primer yakni didapatkan dengan mengakses website resmi Kedutaan Besar Jepang dan situs resmi pemerintahan Jepang yang terlibat dalam penerapan kebijakan *Cool Japan* di Indonesia. Sedangkan untuk data sekunder, peneliti akan memanfaatkan buku-buku, berita-berita, jurnal, artikel dan dokumen-dokumen hingga publikasi pada sumber valid seperti Google Book dan science direct. Kegiatan ini akan dilakukan dengan mencari dan menganalisis sumber-sumber bacaan dan informasi yang didapatkan.

1.8.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis merupakan cara yang dipakai untuk menemukan dan memberi arti pada serangkaian data dalam penelitian.³⁷ Menurut Miles dan Huberman, tahapan analisis data dibagi atas beberapa tahapan yakni reduksi data merupakan tahap yang mengorganisir data berdasarkan konsep yang disusun secara sistematis, lalu penyajian data yakni pada tahapan ini dilakukan dengan menghubungkan data dengan konsep dan terakhir tahapan kesimpulan dan verifikasi.³⁸

³⁷,Mochtar Mas'oeid, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*, pustaka LP3S. Jakarta .1994

³⁸ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman. "Qualitative Data Analysis". Sage Publication.1994.18.

1. Reduksi data

Pada tahapan ini peneliti mengkategorisasikan data-data yang telah dikumpulkan menjadi beberapa kelompok. Pengelompokan berdasarkan pada implementasi kebijakan diplomasi publik *Cool Japan* di Indonesia. Data dikumpulkan dengan mengacu pada penerapan kebijakan *Cool Japan* di Indonesia pada rentang waktu 2008 hingga 2017. Batasan tahun 2008 merupakan awal intensitas pelaksanaan *Cool Japan* mulai difokuskan dan batasan tahun 2017 merupakan Jepang mulai meningkatkan pelaksanaan proyek-nya secara drastis di Indonesia disertai dengan berbagai kegiatan di sektor pengembangan *cool Japan*. Setelah kategorisasi, peneliti akan membaca dokumen-dokumen yang berkaitan dengan pembahasan Implementasi lebih lanjut kebijakan *Cool Japan* di Indonesia

2. Penyajian data

Setelah membaca dokumen-dokumen yang mendukung penelitian ini, penulis akan mengambil poin-poin penting dalam dokumen tersebut dan menuliskan kembali dengan kalimat penulis tanpa mengubah ide dari peneliti sebelumnya. Analisis lebih lanjut akan dilakukan pada bahan bacaan lainnya. Untuk memulai penelitian, penulis akan meneliti bagaimana penerapan kebijakan *Cool Japan* di Indonesia dimana tujuan *Cool Japan* dalam megembangkan citra positif telah tercapai namun kebijakan tersebut tetap di implementasikan. Berdasarkan hal tersebut peneliti akan menganalisis implementasi *Cool Japan* di Indonesia sesuai dengan indikator tujuan

diplomasi dan melihat di tahapan yang menjadi pemicu kebijakan ini tetap dilanjutkan

3. Kesimpulan dan verifikasi

Setelah proses penyajian data yaitu analisis dan penerapan konsep penelitian, peneliti akan mengambil kesimpulan dan verifikasi untuk memastikan bahwa konsep dan kerangka berfikir yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjawab pertanyaan penelitian.

1.9 Sistematika Penulisan

Bab 1 : Pendahuluan

Bagian ini meliputi latar belakang masalah yang memunculkan dasar permasalahan pada penelitian ini, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran yang berisikan penggunaan teori dan konsep, metodologi penelitian yang terdiri atas pendekatan dan jenis penelitian, batasan masalah, tingkat dan unit analisa, teknik pengumpulan data serta teknik pengolahan dan analisis data, dan sistematika penulisan.

Bab 2 : Kepentingan Jepang di Indonesia

Bagian ini meliputi sejarah hubungan antara Jepang dan Indonesia serta pandangan Indonesia terhadap citra yang dihadirkan oleh Jepang. Kemudian bagian-bagian tersebut memunculkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepentingan Jepang dalam pengimplementasian kebijakannya di Indonesia. Faktor-faktor tersebut akan

mendukung penelitian ini dalam kepentingan apa yang dijalankan Jepang sehingga kebijakan tersebut terus dilakukan.

Bab 3 : Cool Japan Sebagai Diplomasi Publik Jepang

Bagian ini meliputi aktivitas diplomasi budaya Jepang yang tentunya memiliki kepentingan-kepentingan tertentu yang ingin dicapai oleh Jepang dalam kegiatan tersebut ke Indonesia, dimana hal ini memberikan banyak pengaruh terhadap Indonesia dan hubungan bilateralnya. Serta mengkaji kebijakan *Cool Japan* lebih dalam dan bagaimana dampaknya sehingga dapat dilihat *national branding* yang dilakukan Jepang telah tercapai dan mendukung data dalam penelitian ini mengapa kebijakan diplomasi publik tersebut terus diimplementasikan.

Bab 4 : Analisis *Cool Japan* di Indonesia

Bagian ini meliputi pembahasan akan pelaksanaan kebijakan *Cool Japan* di Indonesia dengan pembahasan tujuan perubahan citra yang sudah tercapai dan menciptakan citra positif akan Jepang. Namun dalam pelaksanaan kebijakannya, *Cool Japan* tetap terus dilaksanakan. Peneliti menganalisis tindakan Jepang tersebut menggunakan konsep tujuan diplomasi budaya Jepang dan mengidentifikasi alasan kenapa kebijakan *Cool Japan* terus diimplementasikan dan mengalami perkembangan secara dinamis bahkan setelah pengaruh akan Jepang sudah menguat di Indonesia.

Bab 5 : Kesimpulan dan Saran

Bagian ini berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian ini.