

**DIPLOMASI PUBLIK JEPANG UNTUK MENGUBAH NATION
BRANDING MELALUI PROGRAM NIHONGO PARTNERS DI INDONESIA
TAHUN 2014-2019**

ABSTRACT

This research discusses how Japanese public diplomacy through the Nihongo Partners program to change nation branding in Indonesia in 2014-2019. The strategy undertaken by Japan with public diplomacy with Indonesia as a partner is due to the tenuous relations between Japan and countries in the Southeast Asia Region, one of which is Indonesia. On Post World War II, Japan tried to rise and finally succeeded to become developed country. However, the inherent bad history of colonizing countries in ASIA, the Malari Incident, and the dominance of Japan that unsettled the public, Japan has a desire to improve the image of Japan with soft power namely culture and education. Established the Japan Foundation as a government agency that aims to spread Japanese culture abroad through activities carried out by JF. In this program through the Japan Foundation in collaboration with the Government of Indonesia through the Ministry of Education and Culture of the Republic of Indonesia as a bridge between the two countries in carrying out this program. Through the Nihongo Partner program, Japan is trying to do public diplomacy to change the nation's image of their country from a country that has a bad image into a peaceful and friendly country. This effort is Japan's way of realizing the nation's branding to emphasize that Japan has changed for the better and is given international trust in Japan with the aim of providing a good image, vision and mission, their way of life and Japanese cultural values

Keywords: *Public Diplomacy, Cooperation, Nation Branding, Nihongo Partner, Japan Foundation, Strategy, Culture, Education*

**DIPLOMASI PUBLIK JEPANG UNTUK MENGUBAH *NATION*
BRANDING MELALUI PROGRAM *NIHONGO PARTNERS* DI INDONESIA
TAHUN 2014-2019**

ABSTRAK

Penelitian ini membahas bagaimana diplomasi publik Jepang melalui program *Nihongo Partners* untuk mengubah *nation branding* di Indonesia tahun 2014-2019. Strategi yang dilakukan oleh Jepang dengan berdiplomasi publik dengan Indonesia sebagai *partner* dikarenakan hubungan yang renggang antara negara Jepang dan negara-negara di Kawasan Asia Tenggara salah satunya yaitu Indonesia. Pasca Perang Dunia II, Jepang berusaha bangkit dan akhirnya berhasil untuk menjadi negara maju. Namun, sejarah buruk yang melekat yaitu menjajah negara-negara di ASIA, Peristiwa Malari, dan dominasi Jepang yang meresahkan publik, Jepang memiliki keinginan untuk memperbaiki citra negara Jepang dengan *soft power* yaitu kebudayaan dan Pendidikan. Mendirikan *Japan Foundation* sebagai lembaga pemerintah yang bertujuan untuk menyebarkan kebudayaan Jepang ke luar negeri melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh JF. Pada program ini melalui *Japan Foundation* bekerjasama dengan Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia sebagai jembatan antara kedua negara dalam menjalankan program ini. Melalui program *Nihongo Partner*, Jepang berusaha melakukan diplomasi publik dalam mengubah citra negara mereka dari negara yang memiliki citra buruk karena pernah menjajah negara-negara lain menjadi sebuah negara yang damai. Upaya tersebut merupakan cara Jepang dalam mewujudkan *nation branding* negara tersebut agar menekankan bahwa Jepang sudah berubah menjadi lebih baik dan diberikan kepercayaan internasional terhadap Jepang dengan tujuan agar memberikan pandangan baik, visi, dan misi, cara hidup mereka serta nilai-nilai budaya Jepang.

Kata kunci : Diplomasi Publik, Kerjasama, *Nation Branding*, *Nihongo Partner*, *Japan Foundation*, Strategi, Kebudayaan, Pendidikan.