



# 日本語 パートナーズ

(sumber: [www.jpj.or.id](http://www.jpj.or.id))

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

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Hubungan  
Internasional



NAMA	: ENGGAR WIGANTI LARAS
NIM	: 1610412101
PROGRAM STUDI	: HUBUNGAN INTERNASIONAL

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS  
PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**2020**



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

**SKRIPSI**

**Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam  
memperoleh gelar Sarjana Sosial**

**ENGGAR WIGANTI LARAS**

**1610412101**

**Program Studi Hubungan Internasional**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta**

**2020**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah dinyatakan dengan benar

Nama : Enggar Wiganti Laras

NIM : 1610412101

Program Studi : Hubungan Internasional

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidak-sesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia untuk bertanggung jawab sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juni 2020



Enggar Wiganti Laras

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Enggar Wiganti Laras  
NIM : 1610412101  
Program Studi : S1 Hubungan Internasional  
Konsentrasi : Ekonomi Politik Internasional

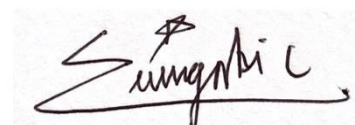
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalti Free Right*) atas karya saya yang berjudul :

**Diplomasi Publik Jepang untuk Mengubah *Nation Branding* melalui Program *Nihongo Partners* di Indonesia Tahun 2014-2019**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Juni 2020



Enggar Wiganti Laras

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Enggar Wiganti Laras

NIM : 1610412101

Program Studi : Hubungan Internasional

Konsentrasi : Ekonomi Politik Internasional

Judul skripsi : Diplomasi Publik Jepang untuk Mengubah *Nation Branding* melalui Program *Nihongo Partners* di Indonesia Tahun 2014-2019

Pembimbing I



Pembimbing II



Laode Muhammad Fathun, S.IP., M.HI

Sindy Yulia Putri, S.Pd., M.Si

Ketua Program Studi



Afrimadona, S.IP., MA., Ph.D

**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.**

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan Syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan anugerahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Diplomasi Publik Jepang untuk Mengubah *Nation Branding* melalui Program *Nihongo Partners* di Indonesia Tahun 2014-2019” ini dengan baik. Pada penelitian yang penulis lakukan tentunya banyak hal yang terjadi yang termasuk dengan perjuangan mencari data, hal-hal yang terjadi seperti lelah, emosi, menangis, sakit, bahagia dan hal-hal lainnya pada proses pembuatan skripsi ini.

Selama berbulan-bulan pembuatan skripsi ini, tentunya banyak pihak-pihak yang terlibat serta mendukung penulis. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua & keluarga besar saya yang setiap hari pada proses pembuatan skripsi ini tiada hentinya untuk mendoakan penulis dan dukungan yang selalu menguatkan penulis pada perjalanan yang tentunya tidak mudah pada proses ini.
2. Bapak Dr. R. Dudy Heryadi selaku Dekan FISIP UPNVJ.
3. Bapak Afrimadona, Ph.D selaku Ketua Program Studi Hubungan Internasional FISIP UPN “Veteran” Jakarta.
4. Mas Laode selaku pembimbing pertama penulis yang selalu membimbing penulis dari awal pembuatan skripsi ini, lalu bimbingan online selama pandemi tidaklah mudah hingga skripsi ini selesai, tetapi mas Laode memimbing saya dengan baik dan memberi dukungan pada penulis.
5. Mba Sindy selaku Pembimbing kedua penulis, walaupun ada perubahan 2x dalam SK dan akhirnya penulis mendapatkan pembimbing Mba Sindy, dimana perubahan tersebut setelah penulis telah menyelesaikan siding proposal, Mba Sindy sangat membimbing penulis dengan baik dan memberikan dukungan pada penulis dan penulis bisa menyelesaikan penelitian ini.



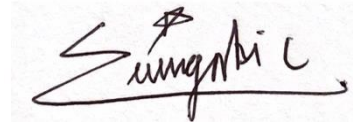
6. Seluruh dosen FISIP UPNVJ yang telah memberikan ilmu serta waktunya sehingga penulis mendapat pelajaran serta pengetahuan berharga yang tidak dapat digantikan oleh apapun.
7. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia khususnya Sekretariat Jenderal, Biro Perencanaan dan Kerjasama Luar Negeri, Sub Bagian Asia, Pasifik dan Afrika yang telah menginspirasi penulis pada saat penulis melakukan magang sehingga penulis mendapatkan ide untuk judul penelitian ini serta data-data untuk menunjang pembuatan penelitian ini dan Bu Yunita untuk kesediaannya menjadi narasumber dalam penelitian ini.
8. Japan Foundation Jakarta dan Sensei Martha sebagai narasumber lainnya yang sangat membantu penulis dalam melengkapi data penelitian ini.
9. Irwanda Wicaksono yang selalu mendukung dan mendoakan dan mendengarkan keluhan penulis pada penelitian ini.
10. Sahabat-sahabat SMA penulis yaitu, Euis Novita, Kurnia Widiarsih, Putri Ayu Wulandari, Sulistiya Adi, Bambang Nurdiansyah, Tegar Febriansyah, Firda Naulha, Anselia Apriliani, Qismah Masunah, Qonita Lutfia dan Sahabat-sahabat BCT lainnya yang tidak bisa penulis tulis satu persatu. Terima kasih atas dukungan, afeksi, perhatian, kesabaran atas selama ini yang kalian berikan kepada penulis.
11. Sahabat-sahabat di Kampus penulis yaitu, Grinda Mersida, Astarti Putri, Clara Bilqis, Farah Olivany, Rosilia Kamandia, Dara Mutiara, Yolanda Yonika, Addila Islamy, Putri Amelinda, Intan Anindita, Fitria Amani, Olga Oktaviany yang memberikan semangat dan warna warni kehidupan 4 tahun di kampus.
12. Terima kasih teman-teman seperjuangan HI seperti Nova, Hanifa, Anya, Desta, Adithya (Kokoh), Bani, Gilang, dan lain-lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang kita berjuang dari semester 1 hingga 8 ini bersama.
13. Melzita teman kantor saya walaupun baru beberapa bulan bertemu tapi selalu menyemangati penulis dalam perskripsian ini.
14. Drama korea, artis Kpop lainnya yang telah mengisi hari-hari penulis agar terhibur dan tidak stress dalam pengerjaan penelitian ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semuanya dengan cinta dan kasih sayang yang berlimpah serta diberikan berkah dalam kehidupan. Akhir kata, dengan

ketidakterbatasan yang ada pada karya tulis ini diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi Program Studi Hubungan Internasional.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Jakarta, Juni 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Enggar Wiganti Laras', with a stylized flourish at the end.

Enggar Wiganti Laras

## DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i> .....	<i>iv</i>
<i>ABSTRAK</i> .....	<i>v</i>
<i>KATA PENGANTAR</i> .....	<i>vi</i>
<i>DAFTAR ISI</i> .....	<i>ix</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i> .....	<i>xii</i>
<i>DAFTAR GRAFIK</i> .....	<i>xiii</i>
<i>DAFTAR TABEL</i> .....	<i>xiv</i>
<i>BAB I</i> .....	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i> .....	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang.....	<i>1</i>
1.2 Rumusan Masalah.....	<i>10</i>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<i>10</i>
1.4 Manfaat Penelitian.....	<i>10</i>
1.5 Sistematika Penulisan.....	<i>11</i>
<i>BAB II</i> .....	<i>12</i>
<i>TINJAUAN PUSTAKA</i> .....	<i>12</i>
2.1 Literature Review.....	<i>12</i>
2.2 Kerangka Pemikiran.....	<i>18</i>
2.2.1 Teori Diplomasi Publik.....	<i>18</i>
2.2.2 Konsep <i>Nation Branding</i> .....	<i>23</i>
2.3 Alur Pemikiran.....	<i>24</i>
2.4 Asumsi / Hipotesis.....	<i>24</i>
<i>BAB III</i> .....	<i>26</i>
<i>METODE PENELITIAN</i> .....	<i>26</i>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	<i>26</i>
3.2 Jenis Data.....	<i>27</i>

3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4	Teknik Analisis Data .....	29
III.5	Waktu dan Lokasi Penelitian .....	31
III.5.1	Waktu Penelitian .....	31
<b>BAB IV.....</b>		<b>33</b>
<i>Dinamika Sejarah Hubungan Indonesia Dan Jepang Dan Penyebab Diberlakukannya Diplomasi Publik melalui Kebudayaan dan Pendidikan.....</i>		
4.1	Sejarah Hubungan Jepang - Indonesia.....	33
4.1.1	Hubungan Jepang – Indonesia Masa Orde Lama .....	34
4.1.2	Hubungan Jepang – Indonesia Masa Orde Baru.....	37
4.2	Peristiwa Malari (Lima Belas Januari) Tahun 1974.....	48
4.3	Krisis Politik dan Ekonomi Asia Tenggara.....	53
4.4	Krisis Nuklir dan Gempa Fukushima 2011.....	56
<b>BAB V.....</b>		<b>59</b>
<i>Strategi diplomasi publik Jepang mengubah nation branding dengan kebudayaan dan pendidikan melalui program NIHONGO Partners di Indonesia pada tahun 2014-2019.....</i>		
5.1	Kebudayaan menjadi <i>Soft Power</i> bagi Jepang dalam Berdiplomasi.....	59
5.2	Pembentukan <i>Japan Foundation</i> dan Sejarahnya .....	63
5.3	Kerjasama dalam Bidang Sosial-Budaya Jepang dan ASEAN .....	69
5.5	Program Nihongo Partner di Indonesia sebagai Strategi Diplomasi Publik Jepang 85	
5.5.1	Keberhasilan Pelaksanaan Program <i>Nihongo Partners</i> di Indonesia.....	99
5.5.2	Dampak Pelaksanaan Program <i>Nihongo Partners</i> di Indonesia bagi Indonesia dan Jepang .....	106
5.5.3	Tantangan Pelaksanaan Program <i>Nihongo Partners</i> di Indonesia bagi Indonesia dan Jepang .....	109
<b>BAB VI.....</b>		<b>111</b>
<b>PENUTUP .....</b>		
6.1.	Kesimpulan .....	111
6.2.	Saran.....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>116</b>

## DAFTAR SINGKATAN

JF/JPF	: <i>Japan Foundation</i>
ASEAN	: <i>Association of Southeast Asian Nations</i>
Kemendikbud	: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia
ODA	: <i>Official Development Assistance</i>
MOFA	: <i>Ministry of Foreign Affairs</i>
MEXT	: <i>Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology</i>
PDB	: Produk Domestik Bruto
KTT	: Konferensi Tingkat Tinggi

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Peta Penyebaran cabang Japan Foundation di dunia .....	66
Gambar 2 The Japan Foundation pada Kementerian Luar Negeri Jepang .....	68
Gambar 3 Survey Jumlah Negara Lembaga Ajar Bahasa Jepang yang .....	86
Gambar 4 Survey Jumlah Lembaga Ajar, Guru, Pelajar Bahasa Jepang yang Tersebar di Dunia .....	86
Gambar 5 Bahasa Jepang sebagai Bahasa yang Paling diminati di Kawasan ASEAN .....	89
Gambar 6 Peminatan Negara-Negara ASEAN terhadap Budaya Jepang .....	90
Gambar 7 Dukungan dan Peran Para Pihak Program Nihongo Partner di Indonesia .....	93
Gambar 8 Proses Seleksi Volunteer Program Nihongo Partners .....	97
Gambar 9 Peta Persebaran Wilayah Penempatan Volunteer Program Nihongo Partners Tahun ke-1 (Gelombang 1 dan 2) .....	103
Gambar 10 Peta Persebaran Wilayah Penempatan Volunteer Program Nihongo Partners Tahun ke-2 (Gelombang 3 dan 4) .....	103
Gambar 11 Peta Persebaran Wilayah Penempatan Volunteer Program Nihongo Partners Tahun ke-3 (Gelombang 5 dan 6) .....	104
Gambar 12 Peta Persebaran Wilayah Penempatan Volunteer Program Nihongo Partners Tahun ke-4 (Gelombang 7 dan 8) .....	105
Gambar 13 Peta Persebaran Wilayah Penempatan Volunteer Program Nihongo Partners Tahun ke-5 (Gelombang 9 dan 10) .....	106

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Pertumbuhan Arus Penanaman Modal Asing ke Indonesia 1984-1999 (sebagai % PDB).....	39
Grafik 2 Pertumbuhan PDB Indonesia pada tahun 1965-1996 (% y-o-y) .....	40
Grafik 3 Pendapatan Nasional per Kapita Indonesia dalam dollar Amerika Serikat pada tahun 1968 - 1999 .....	40
Grafik 4 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia (1961-2018).....	54
Grafik 5 Jumlah wisatawan yang datang ke Jepang .....	62
Grafik 6 ODA yang diberikan Jepang untuk ASEAN .....	70
Grafik 7 Tujuan negara Ekspor Perusahaan Jepang ke seluruh dunia .....	71
Grafik 8 Survey Pandangan ASEAN Mengenai Dilaksanakannya Program JENESYS .....	74
Grafik 9 Pandangan tentang Pengaruh Jepang .....	84
Grafik 10 Survey Jepang sebagai negara 'Friendly' .....	108
Grafik 11 Survey Jepang sebagai 'Peace-loving' Nation .....	108

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Jumlah Sekolah yang Mengikuti Program Nihongo Partner di Indonesia Tahun 2014-2019 .....	101
Tabel 2 Jumlah Partner yang Mengikuti Program Nihongo Partner di Indonesia Tahun 2014-2019.....	101