

Japanese Public Diplomacy through Cool Japan in Promoting Japanese National Identity in Indonesia using Anime and Manga

Abstract

Starting on August 18, 1977, Japan began to focus its diplomatic direction on Southeast Asian countries into public diplomacy, with a meeting of the Japan and ASEAN (Association of South East Asian Nations) in Manila. Takeo Fukuda, the then Prime Minister of Japan, declared that Japan would no longer be a country using military force. The speech was known as "Fukuda Doctrine". The Fukuda doctrine emphasized that Japan would focus on diplomacy based on "Heart To Heart Relations". One tangible result of the doctrine is that Japan is the main donor in ODA (Official Development Assistance) for ASEAN countries. In 2004, Japan began implementing public diplomacy based on national culture through the Cool Japan policy. Cool Japan is a public diplomacy policy that focuses on the export of Japanese culture, not only Japanese traditional culture, but also Japanese pop culture. In the Japan Diplomatic Bluebook 2004, it was recognized that anime and manga are Japanese pop culture, which are included in the contemporary culture category. Japan uses anime and manga to portray Japanese mythology and culture visually aimed at introducing and explaining to readers and viewers (Indonesian people) how mythology and culture are applied, and meaningful to Japan. Japan practices Cool Japan as a form of public diplomacy, to promote the coolness of Japan. The results of this anime and manga diplomacy include Japanese cultural events, like Jak-Japan Matsuri and Little Tokyo Ennichisai, festivals are the most important in the success of Japanese anime and manga diplomacy, because through this events, there are many elements of Japanese culture as described through anime and manga.

Keywords: Public Diplomacy, Soft Power, Cool Japan, Anime and manga.

Diplomasi Publik Jepang Melalui *Cool Japan* dalam Mempromosikan *National Identity* Jepang di Indonesia Melalui Anime dan Manga

Abstrak

Jepang mulai memfokuskan arah diplomasinya kepada negara – negara Asia tenggara menjadi diplomasi publik, sejak 18 Agustus 1977 yang bermula dari pertemuan Jepang dan ASEAN (Association of South East Asian Nation) di Manila. Takeo Fukuda, Perdana Menteri Jepang saat itu, mendeklarasikan bahwa Jepang tidak akan lagi menjadi negara dengan menggunakan kekuatan militer. Pidato tersebut dikenal dengan istilah “Fukuda Doctrine”. Doktrin Fukuda menegaskan bahwa Jepang akan berfokus dengan diplomasi yang berlandaskan “Heart To Heart Relations”. Salah satu hasil nyata dari doktrin tersebut adalah dengan Jepang menjadi pendonor utama dalam ODA (Official Development Assistance) bagi negara – negara ASEAN. Di tahun 2004, Jepang mulai menerapkan diplomasi publik berlandaskan budaya nasional melalui kebijakan Cool Japan. Cool Japan merupakan kebijakan diplomasi publik yang berfokus pada ekspor budaya Jepang, tidak hanya budaya tradisional Jepang, namun juga budaya pop Jepang. Dalam Japan Diplomatic Bluebook 2004, diakui bahwa anime dan manga adalah budaya pop Jepang, yang termasuk dalam kategori budaya kontemporer. Jepang menggunakan anime dan manga untuk menggambarkan mitologi dan kebudayaan Jepang lainnya secara visual yang ditujukan untuk memperkenalkan dan menjelaskan kepada para pembaca dan penonton (masyarakat Indonesia) bagaimana mitologi dan kebudayaan tersebut diterapkan, dan bermakna bagi Jepang. Jepang melakukan praktik Cool Japan sebagai bentuk diplomasi publiknya, untuk mempromosikan the coolness of Japan. Hasil dari diplomasi anime dan manga ini antara lain *event – event* kebudayaan Jepang, Jak – Japan Matsuri dan Little Tokyo Ennichisai Market merupakan yang paling utama dalam keberhasilan diplomasi anime dan manga Jepang, karena melalui event tersebut, didalamnya terdapat banyak unsur Jepang kebudayaan sebagaimana digambarkan melalui anime dan manga.

Keywords : Diplomasi Publik, *Soft Power*, *Cool Japan*, Anime dan manga.