

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Dalam dunia internasional, negara – negara berinteraksi dengan cara perang, kerjasama, atau diplomasi. Perang adalah bentuk interaksi dengan model *hard power*, karena dalam pelaksanaannya, menggunakan militer, dan bersifat koersif. Penggunaan *soft power* adalah cara lain dalam berinteraksi antar negara dengan cara dan alat diplomasinya tidak lagi menggunakan kekerasan militer dan jalan perang (*hard power*), namun dengan cara kerjasama (*cooperative*), negosiasi, dan bentuk diplomasi (publik). Penggunaan budaya sebagai alat diplomasi, menunjukkan bahwa aktor yang digunakan untuk interaksi antar negara tidak lagi hanya negara, namun juga hal tersebut dapat dilakukan oleh aktor – aktor non – negara, salah satunya dapat dari masyarakat internasional. Masyarakat internasional termasuk dalam golongan *non state actor*, karena masyarakat terdiri dari individu, dan individu sebagai seorang diri pun menjadi *non state actor* dan dapat sangat berperan dalam proses jalannya proses interaksi internasional. Masyarakat internasional menjadi tujuan dalam praktik diplomasi publik, dan diplomasi publik merupakan bentuk dalam pelaksanaan *soft power* tersebut.

Jepang menerapkan diplomasi publik sejak berakhirnya Perang Dunia 2, tujuan dari pemberlakuan diplomasi publik tersebut adalah untuk memulihkan “*image*” Jepang sebagai negara militer dan untuk memperbaiki kesalahpahaman oleh negara – negara asing yang dijajah oleh Jepang, dan guna menunjukkan bahwa negara Jepang pasca perang adalah negara yang cinta damai dan demokratis (Soeya, 2015). Secara regional, melalui diplomasi publik ini, Jepang ingin memperbaiki hubungan dan citra negaranya dengan Korea Selatan dan China pasca perang dan penjajahan. Pada era Perang Dingin, Jepang mulai mengubah arah diplomasinya menjadi *soft power*, melaksanakan praktik diplomasinya terutama kepada Amerika. *The International House of Japan*, yang sudah terbentuk sejak 1950 merupakan institusi

utama, bentuk diplomasi publik Jepang yang bergerak dalam bidang pertukaran budaya dan intelektual, yang awalnya hanya dengan Amerika Serikat saja, namun kini dengan negara – negara di Asia dan juga negara – negara dunia lainnya. Lalu di tahun 1970-an terdapat *The Japan Center for International Exchange* (JCIE) dan juga *Japan Foundation*, yang dimana untuk *Japan Foundation* ini memang dibentuk sebagai alat diplomasi Jepang untuk negara – negara di luar Jepang guna mempromosikan dan menyebarkan budaya – budaya Jepang di dunia (Soeya, 2015).

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*” (Kikuchi, 2007). Salah satu hasil nyata dari doktrin tersebut adalah dengan Jepang menjadi pendonor utama dalam ODA (*Official Development Assistance*) bagi negara – negara ASEAN (Lam, 2007). Melalui doktrin tersebut, Jepang sadar akan pola dunia yang sudah berubah yang tentunya akan berpengaruh dalam praktik interaksi Jepang di dunia internasional, termasuk perubahan pada arah diplomasi. Interaksi dengan kekerasan tidak lagi menarik perhatian dunia, justru perang dan kekerasan lebih ditentang secara nyata di era sekarang ini.

Pada saat ini, bentuk interaksi yang *cooperative* menjadi pilihan utama, baik dengan kerjasama, dalam bidang ekonomi dan politik, atau menggunakan masyarakat dan budaya sebagai alat diplomasinya, yakni melalui diplomasi publik. Dalam diplomasi publik, bentuk simpati masyarakat internasional dapat terwujud melalui hal – hal yang diinginkan oleh masyarakat, yang berarti kita memahami masyarakat, sehingga respon masyarakat diharapkan sesuai dengan apa yang kita inginkan. Diplomasi publik adalah bentuk pelaksanaan dari *soft power*, sebelum dilakukan oleh

Jepang, Korea Selatan dengan *Korean Wave* dan China dengan *Confucious Insitutes*, sudah terlebih dahulu melaksanakan diplomasi publik sebagai *soft power* mereka.

Dengan Korea Selatan dan China yang semakin berlomba lomba dalam menyebarkan pengaruh negaranya melalui kebudayaan khas negaranya. Jepang pun mulai khawatir dengan posisinya akan kalah dalam regionalnya setelah bangkitnya Korea Selatan melalui popularitas budayanya, mengancam posisi Jepang sebagai *East Asia's Soft Power Giant*, lalu kemunculan China dengan konfusiusmenya, dengan menggunakan institusi – institusi pendidikan sebagai bentuk promosi budaya dan bahasa Tiongkok secara global (Stanislaus, 2018). Hal tersebut menjadi pendorong bagi Jepang untuk fokus pada diplomasi budaya dalam praktik internasional, karena melihat Korea Selatan dan China yang berhasil dengan *Korean Wave* dan *Confucianism* sebagai bentuk diplomasi publik mereka dengan menggunakan budaya nasional negara masing – masing. Sehingga di tahun 2004, Jepang mulai menerapkan diplomasi publik berlandaskan budaya nasional melalui kebijakan *Cool Japan*.

Penggunaan identitas nasional dalam penyebaran pengaruh dan sebagai bentuk diplomasi Jepang karena dalam identitas nasional, terdapat unsur budaya, kebudayaan suatu negara, tradisional dan kontemporer yang menjadi dasar terbentuknya identitas nasional tersebut. China dan Korea sudah terlebih dahulu menggunakan identitas nasional negaranya masing – masing sebagai bagian dari diplomasi publiknya, hal tersebut sebagai bentuk untuk menunjukkan identitas dari negara tersebut, identitas dari negara tersebut berupa ciri khas, atau kebudayaan khas yang dimiliki dari negara tersebut, dalam praktik diplomasi publiknya, bentuk dari identitas nasional tersebut dapat diwujudkan melalui media – media, seperti China *Confucianism* -nya, dan Korea Selatan dengan *Korean Wave* -nya, untuk menyebarkan pengaruh identitas nasional negaranya. Dalam hal ini, Jepang menggunakan identitas nasional negaranya dalam praktik diplomasi publik dengan medianya melalui anime dan manga. Anime dan manga sebagai bentuk penggambaran dari identitas nasional Jepang tersebut.

*Cool Japan* merupakan kebijakan diplomasi publik yang berfokus pada ekspor budaya Jepang, tidak hanya budaya tradisional Jepang, namun juga budaya pop Jepang (Nagata, Exporting culture via 'Cool Japan'. METI promoting art, food, fashion abroad to cash in on 'soft power', 2012), seperti permusikan (J-pop – musik pop Jepang dan *dance*), perfilman (drama Jepang), animasi (*cosplay* dan anime), *manga* (komik Jepang), *Japanese games*, *Japanese Food* dan lainnya, yang kesemuanya berasal dari unsur – unsur budaya Jepang. Munculnya *Cool Japan* juga sebagai bentuk respon Jepang terhadap China dan Korea Selatan yang sudah terlebih dulu menerapkan diplomasi publik ini. Diplomasi publik juga akan lebih mudah dilaksanakan karena sumber dan pelaksana diplomasi berasal dari masyarakat. Seperti yang dilakukan oleh Jepang ini, dengan target diplomasi publik tersebut adalah masyarakat internasional, dan membuktikan bahwa interaksi internasional tidak hanya bergantung pada peran negara saja. *Cool Japan* ini sebagai upaya Jepang dalam mempromosikan budaya, dan industri kreatifnya ke dunia internasional, salah satunya Indonesia.

*Cool Japan* berada dibawah Kementerian Ekonomi, Perdagangan dan Industri Jepang (*Ministry of Economic, Trades, and Industry*) atau METI. METI menggunakan istilah industri kreatif dalam *Cool Japan* untuk menegaskan bahwa dalam pelaksanaannya, *Cool Japan* dilakukan dengan menggunakan strategi *soft power* (Nagata, Cool Japan. Exporting Culture Via Cool Japan : METI Promoting art, food, fashion abroad to cash in "Soft Power", 2012). Hal tersebut dilakukan sesuai dengan tujuan dari *Cool Japan* untuk mempromosikan karya – karya dan budaya nasional khas Jepang untuk diperkenalkan kepada seluruh dunia. Sebagaimana dikatakan oleh Rumi Sakamoto “*Since Mr. Koizumi and Mr. Aso, the Japanese government has been consciously promoting Japanese pop culture*” (Christensen, Cool Japan, Soft Power, 2011), penggunaan budaya pop sebagai bentuk strategi *soft power* Jepang, didukung oleh pemerintah Jepang dalam pelaksanaannya. Hal tersebut dilakukan karena melihat potensi dari budaya Jepang yang diminati dan dapat diterima oleh masyarakat dunia, termasuk anime dan manga yang memberikan kesan

tersendiri bagi negara Jepang, sehingga penggunaan budaya pop ini dipilih sebagai bentuk *soft power* Jepang dalam diplomasinya.

Anime dan manga seringkali dikaitkan karena anime juga disebut sebagai bentuk penggambaran secara animasi dari manga tersebut, meskipun tidak semuanya, tetap anime memiliki cerita tersendiri yang langsung dalam bentuk film animasi. Namun keduanya berbeda, untuk manga, adalah kata atau istilah yang digunakan untuk menyebutkan komik Jepang, sedangkan anime penyebutan untuk animasi Jepang. Manga memiliki ciri khas tersendiri dengan menampilkan dan menunjukkan identitas Jepang melalui kebudayaannya yang disampaikan secara visual melalui penggambaran dalam manga. Manga identik dengan penggambaran tokoh yang *kawaii* (lucu, imut, dalam bahasa Jepang) dengan mata yang besar, hidung yang kecil dan wajah yang ekspresif. Hal tersebut berdasar pada pepatah yang mengatakan “*the eyes are the window of the mind*” atau “*the eyes say more than the mouth*”, sehingga gambar mata yang besar bertujuan untuk menunjukkan *facial expression* (Ikezoe, 2013). Ciri khas penggambaran tersebut, menjadi pembeda antara manga dengan komik lainnya.

Perkembangan anime sendiri di Jepang sudah dari tahun 1917, perkembangan film animasi Jepang tersebut bermula dari *silent film*. Istilah Anime sendiri merupakan kata yang diambil dari bahasa Inggris, *animation* lalu disesuaikan dan disingkat dengan pelafalan dan cara bicara orang Jepang menjadi *anime* (Yegulalp, 2018). Istilah anime sendiri awalnya di Jepang (bagi orang – orang Jepang) berlaku untuk semua film animasi, namun masyarakat diluar negara Jepang menganggap kata anime tersebut sebagai kata bahasa Jepang untuk menyebut film animasi yang berasal dari Jepang. Manga secara sederhana dikatakan sebagai buku komik Jepang (Brenner, *Understanding Manga and Anime* , 2007). Pembeda antara anime dan manga dengan kartun dan komik *western* adalah dari nama *anime* (film animasi Jepang) dan *manga* (komik Jepang) teknik penggambaran khas Jepang, kisah cerita dalam anime dan manga yang mengandung sejarah, mitos atau budaya Jepang

lainnya, dan juga anime dan manga sebagai sarana penyaluran opini bagi sebagian *creator*.

Indonesia sendiri sudah mengenal anime melalui tayangan di saluran Televisi Indonesia seperti *Saint Seiya* yang sudah masuk Indonesia sejak tahun 1980an, lalu dilanjut dengan *Doraemon*, *Candy – Candy*, *Astro Boy*, dan *Speed Racers*. Dari anime yang disebutkan, masyarakat Indonesia mulai terpengaruh budaya Jepang melalui penayangan animasi – animasi Jepang tersebut. Sedangkan untuk manga, Indonesia mengenal manga melalui *translated – manga* yang masuk ke Indonesia melalui penerbit PT. Elex Media Komputindo. Elex Media Komputindo adalah anak perusahaan dari Kompas Gramedia Group. Pada tahun 1991, Elex Media membeli lisensi untuk manga Jepang *Candy – Candy* dari penerbit *Kodansha* (*Candy Candy*, Pelopor Tren Manga di Indonesia, 2013). Oleh karena itu Manga Jepang pertama yang masuk ke Indonesia adalah *Candy – Candy* yang selanjutnya diikuti oleh *Kungfu Boy*, *Doraemon*, dan *Dragon Ball*.

Penerimaan oleh masyarakat Indonesia, membuka peluang lebih bagi Jepang untuk semakin terus menghadiri animasi – animasi Jepang di saluran televisi Indonesia, dan untuk manga, masyarakat Indonesia menyukai konsep, alur dan tokoh cerita yang disajikan oleh manga tersebut. Oleh karena itu, membuka peluang bagi Jepang untuk semakin melancarkan publik diplomasinya di Indonesia melalui Anime dan manga yang tidak hanya memperkenalkan budaya Jepang ke Indonesia, namun juga membawa nasional identitas Jepang ke Indonesia. Dalam suatu anime atau manga, ditunjukkan budaya Jepang, termasuk di dalamnya makanan nasional, interaksi sosial dan etika kehidupan orang Jepang di dalamnya. Hal tersebut digunakan bagi Jepang untuk memberikan pemahaman pada masyarakat dunia, dalam kasus ini Indonesia, bagaimana budaya Jepang yang sebenarnya terlepas dari sejarah kelam.

Upaya Jepang ini ternyata diterima baik masyarakat Indonesia, karena selain penyampaiannya dengan gambar yang menarik dalam bentuk komik dan animasi,

meningkatkan minat masyarakat Indonesia untuk mempelajari tentang budaya Jepang bahkan meningkatkan minat untuk mengunjungi Jepang, termasuk mempelajari bahasanya. Sehingga secara perlahan, opini – opini masyarakat terhadap Jepang mulai berubah. Masyarakat Indonesia mulai melihat Jepang dari sisi positif, dengan melihatnya sebagai negara dengan budaya yang menarik. Anime dan manga memberikan gambaran tentang Identitas Nasional Jepang melalui penggambaran kebudayaan Jepang secara visualisasi yang lebih menarik dan lebih mudah dipahami, karena tentunya dengan konten yang bergerak dan menarik, gambar yang detail dan khas, alur cerita yang tidak pada umumnya, beserta dengan audionya juga (untuk anime), membuat penyerapan budaya Jepang tersebut diharapkan dapat lebih diterima dengan mudah.

Berdasarkan pemaparan diatas, terlihat Jepang secara sengaja mempromosikan budayanya melalui Anime dan Manga sebagai bentuk penyebarluasan *National identity* Jepang. Dalam perkembangannya, *trend* anime dan manga sudah cukup mendunia. Seiichi Kondo (mantan duta besar Jepang untuk Denmark) dalam kunjungannya ke Denmark mengatakan “*Japanese pop – culture is a gateway to the deeper and more traditional Japanese culture*” (Semenenko, 2012). Melalui budaya pop, berfungsi sebagai awalan gambaran Jepang dengan tren – trennya budaya Jepang yang mudah diikuti oleh generasi muda, sehingga bermula dari penciptaan rasa suka terhadap trend budaya Jepang, akan meningkatkan rasa ketertarikannya pada negara Jepang yang nantinya akan berpengaruh pada ketertarikan lebih dalam dan spesifik tentang apa yang ia sukai akan Jepang. Dapat berupa mengenal budaya negara Jepang lebih dalam, hingga mempelajari budaya tradisional Jepang, rasa kagum dengan negara Jepang akan makanan tradisional dan khas Jepang (*Cuisine*), keinginan untuk ingin mengunjungi Jepang, bahkan hingga memunculkan keinginan untuk belajar, bekerja dan tinggal di Jepang. Sehingga dapat dikatakan bahwa melalui budaya pop sebagai awalnya, akan mempengaruhi juga ketertarikan masyarakat internasional (dalam kasus ini masyarakat Indonesia)

nantinya terhadap negara Jepang lebih dalam lagi, tidak hanya terbatas pada budayanya saja.

Taro Aso, Menteri luar negeri Jepang saat itu, mengatakan dalam pidatonya di tahun 2006, “*What kind of picture comes into your mind when you hear the name of Japan? Is it a bright and positive image? Hot? Cool? The more positive the images that comes to mind, the easier it will be in the long term for Japan to have its views conveyed*”. Berdasarkan pidato tersebut, Jepang ingin menciptakan citra, kesan yang baik ketika masyarakat dunia mengenal Jepang. Terutama setelah melihat China dan Korea Selatan yang berhasil dan semakin besar – besaran dalam mempromosikan budaya negaranya, Jepang pun mulai ‘*aware*’ dengan posisi negaranya dan perhatian internasional terhadap negaranya. Pembentukan citra dan opini masyarakat akan Jepang akan menjadi dasar bagaimana Jepang dipandang oleh masyarakat dunia, sehingga anime dan manga sebagai upaya untuk memperkenalkan kebudayaan Jepang kepada dunia internasional, dalam kasus ini adalah Indonesia dengan menggunakan anime dan manga sebagai *national identity* Jepang di Indonesia.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa *National identity* Jepang tidak hanya bertumpu pada hal – hal yang dipegang oleh negara, namun juga dalam bentuk anime dan manga sebagai salah satu sarannya. Penulis akan berfokus pada anime dan manga sebagai alat untuk mempromosikan *national identity* Jepang. Anime dan manga sebagai sarana Jepang dalam pelaksanaan diplomasi publik Jepang di Indonesia, hingga menjadikannya *Soft Power* bagi Jepang di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini akan melihat dari sudut pandang Jepang dalam memperkenalkan budaya negaranya melalui Anime dan manga sebagai bentuk *national identity* Jepang di Indonesia. Untuk melihat bagaimana *national identity* tergambarkan melalui anime dan manga Jepang tersebut, maka adanya pembatasan anime dan manga yang akan diteliti. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:



## **Bagaimana diplomasi publik Jepang dalam mempromosikan *national identity* Jepang di Indonesia melalui anime dan manga?**

### **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui upaya Jepang dalam memperkenalkan dan mempromosikan budayanya di Indonesia melalui anime (animasi khas Jepang) dan manga (komik khas Jepang) sebagai bentuk *national identity* negara Jepang. Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana anime dan manga dapat menjadi hal penting dalam diplomasi antar negara yang mampu mengubah opini masyarakat Indonesia terhadap Jepang dan menjadikan diplomasi tersebut berhasil dengan menjadikannya *soft power* Jepang di Indonesia. Menghasilkan masyarakat Indonesia yang mengagumi Jepang melalui budayanya, bahkan hingga meniru, membentuk atau membuat sesuatu yang berkaitan dengan Jepang di Indonesia seperti *Matsuri Festival* di Monas dan *Little Tokyo* di Blok M.

### **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

#### **1. Manfaat teoritis**

Untuk memberikan pemahaman bahwa film animasi dan gambar bercerita (komik) dapat menjadi sarana dalam berdiplomasi. Film dan komik memberikan gambaran tentang kebudayaan khas suatu negara yang mana dalam penelitian ini adalah Jepang. Memberikan pemahaman bagaimana anime (film animasi Jepang) dan manga (komik Jepang) dapat berperan dalam mempromosikan identitas nasional Jepang di Indonesia. Guna menarik simpati atau perhatian masyarakat Indonesia terkait negaranya melalui kebudayaan.

#### **2. Manfaat praktis**

Untuk mengetahui identitas nasional Jepang dilihat dari sisi kebudayaan Jepang yang digambarkan melalui anime dan manga bagi masyarakat Indonesia.

## **1.5 SISTEMATIKA PEMBAHASAN**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab ini penulis akan menjelaskan terkait latar belakang masalah, rumusan Masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada Bab ini penulis akan membahas terkait tinjauan umum dasar analisis penelitian ini yang terdiri dari teori dan konsep. Di Bab ini penulis juga akan membahas studi literatur dalam *literature review* yang berisikan perbandingan dengan penelitian – penelitian terdahulu dengan tema yang sama yang dijadikan bahan referensi dalam mengerjakan penelitian ini.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini akan menjelaskan teknik penelitian yang akan digunakan oleh penulis yang terdiri dari jenis penelitian, teknik pengumpulan data, Sumber data, teknik analisis data dan lokasi waktu penelitian.

### **BAB IV IDENTITAS NASIONAL JEPANG DALAM ANIME DAN MANGA**

Bab ini menganalisis terkait penelitian dengan teori konsep dan keteraturan dari metodologi penelitian. Penulis akan membahas bagaimana anime dapat menjadi sarana bagi Jepang dalam menunjukkan identitas nasionalnya di Indonesia hingga sebagai bagian dari diplomasi Jepang dalam merepresentasikan identitas nasionalnya dengan melihat dinamika dan pengaruh anime dalam membentuk asumsi masyarakat Indonesia terhadap Jepang. Dalam bab ini terdapat 2 sub bab :

#### 1. Anime dan Manga sebagai Identitas Nasional Jepang

Dalam sub bab ini, membahas bagaimana anime dan manga dapat termasuk dalam kategori identitas nasional Jepang menggunakan konsep Smith. Yang dibagi lagi menjadi 4 bagian pembahasan :

- a) Identitas Nasional dan Budaya
- b) Anime dan Manga Sebagai Identitas Nasional Jepang

## 2. Cool Japan sebagai Diplomasi Jepang

Membahas tentang apa, dan tujuan dari kebijakan *Cool Japan* sebagai bentuk diplomasi publik Jepang, yang juga diterapkan di Indonesia.

### **BAB V ANIME DAN MANGA SEBAGAI *SOFT POWER* JEPANG DALAM MEMPROMOSIKAN NASIONAL IDENTITASNYA DI INDONESIA**

Bab ini membahas keberhasilan anime dan manga sebagai bagian dari *Cool Japan* menjadi *soft power* bagi Jepang di Indonesia yang bertujuan untuk mempromosikan identitas nasional negaranya dari sisi kebudayaan negaranya.

### **BAB VI KESIMPULAN**

Dalam Bab ini penulis memberikan ringkasan dari hasil penelitian dan memberikan saran terkait hasil dari *soft power* Jepang di Indonesia melalui anime dan manga, bagaimana seharusnya Jepang memanfaatkan anime dan manga sebagai representasi dari identitas nasional negaranya.