

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya merupakan contoh dari *soft power* sebuah negara. Jepang yang merupakan negara kaya akan budayanya, menggunakan aspek budaya ini sebagai *soft power* negara mereka. Budaya Jepang yang memiliki aspek unik sudah berkembang di berbagai negara. Istilah-istilah seperti *Anime*, *Manga*, *Cosplay*, *Geisha*, *Sushi*, *Ramen*, *Takoyaki*, *Udon*, *J-music*, dan masih banyak lagi, sudahlah tidak asing didengar oleh masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan budaya Jepang semakin berkembang pesat, terutama *Anime* dan *Manga*. Perkembangan pesat yang dialami oleh *Anime* dan *Manga* ini, dijadikan pemerintah Jepang sebagai bentuk dari diplomasi budayanya.

Soft power, menurut Joseph Nye, merupakan kemampuan negara untuk mempengaruhi seseorang ataupun negara untuk melakukan suatu hal tanpa adanya paksaan.¹ Nye mengategorikan *soft power* menjadi tiga bagian, yaitu budaya, ideologi, dan institusi.² Nye berkata, “*If its culture and ideology are attractive, others will more willingly to follow.*” Dari perkataan Nye, membuktikan bahwa budaya memiliki kekuatan yang kuat untuk mempengaruhi masyarakat ataupun negara. Jepang menggunakan salah satu budaya populer mereka, yaitu *Anime* dan *Manga* sebagai diplomasi budaya Jepang. Diplomasi merupakan metode dalam

¹ Ikenberry, G. John. 2009. “Soft Power: The Means to Success in World Politics.” *Foreign Affairs*. PublicAffairs. January 29. <https://www.foreignaffairs.com/reviews/capsule-review/2004-05-01/soft-power-means-success-world-politics>.

² Li, Eric X. 2018. “The Rise and Fall of Soft Power.” *Foreign Policy*. August 20. <https://foreignpolicy.com/2018/08/20/the-rise-and-fall-of-soft-power/>.

mempengaruhi keputusan dan tingkah laku negara atau individu dengan menggunakan dialog, negosiasi, ataupun cara lain tanpa adanya kekerasan.³ Diplomasi budaya adalah salah satu bentuk dari diplomasi, sering juga disebut sebagai diplomasi publik. Definisi diplomasi budaya adalah sebagai tindakan yang memanfaatkan pertukaran ide, nilai, tradisi dan budaya untuk mempererat hubungan dan kerjasama, serta mempromosikan kepentingan nasional suatu negara.⁴ Diplomasi budaya dapat digunakan untuk mempengaruhi seseorang ataupun negara supaya dapat saling mengerti akan budaya masing-masing dan mendukung ekonomi ataupun politik satu sama lain.

Anime dan *Manga* sebagai diplomasi budaya bukan hal yang baru dalam perkembangan diplomasi Jepang. Sebelum *anime* dan *manga* menjadi populer di seluruh dunia, kehadiran Hello Kitty telah terlebih dahulu mendunia. Hello Kitty sering dikenal sebagai karakter kartun dengan wujud menyerupai kucing atau *catlike girl* tanpa mulut. Hello Kitty ditemukan oleh Sanrio pada tahun 1974. Sanrio merupakan perusahaan merchandising yang ditemukan pada tahun 1962 oleh Shintaro Tsuji, orang pertama yang menemukan daya tarik *kawaii*.⁵ Shintaro Tsuji merasa semakin lucu produk yang dia buat, semakin terkenal dan laku produk tersebut. Oleh karena itu, Shintaro Tsuji memutuskan untuk mempekerjakan kartunis untuk mendesain karakter lucu untuk produknya. Kartunis yang

³ Marks, Sally, and Chas. W. Freeman. 2019. "Diplomacy." *Encyclopædia Britannica*. Encyclopædia Britannica, inc. January 17. <https://www.britannica.com/topic/diplomacy>.

⁴ "Institute for Cultural Diplomacy." 2020. *Institute for Cultural Diplomacy*. http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy. Accessed February 22.

⁵ "The History of Sanrio's Most Famous Kawaii Character: Hello Kitty: TokyoTreat: Japanese Candy & Snacks Subscription Box." 2019. March 10. <https://tokyotreat.com/news/history-of-hello-kitty-kawaii>.

dipekerjakan oleh Shintaro Tsuji adalah Yuko Shimizu, yang pada akhirnya mendesain Hello Kitty.

Produk Hello Kitty yang pertama kali diproduksi adalah dompet koin pada tahun 1974, yang dimana dompet koin tersebut terdapat gambar hello kitty ditemani oleh botol susu dan ikan.⁶ Setelah dikeluarkan produk tersebut, Hello Kitty langsung menarik perhatian banyak orang, terutama anak-anak. Banyak orang mendeskripsikan Hello Kitty sebagai kucing wanita atau *female cat*, tetapi Sanrio berkata sebaliknya. Sanrio menyatakan bahwa Hello Kitty adalah seorang perempuan, dengan tinggi setinggi lima apel dan berat seberat tiga apel⁷, yang berpenampilan mirip kucing dengan matanya yang hitam, hidung kuning, telinga runcing dengan pita merah di sebelah kiri, kumis, berekor, dan tidak memiliki mulut.⁸ Ketidakadaan mulut pada Hello Kitty sempat menyebabkan banyak kontroversi dikalangan masyarakat dunia, tetapi Sanrio berkata bahwa ketidakadaan mulut tersebut dibuat karena Hello Kitty berbicara dari hatinya dan Sanrio juga ingin Hello Kitty menjadi duta besar mereka untuk dunia, dimana mereka tidak memerlukan bahasa dan dapat mendorong persahabatan di seluruh dunia.⁹ Penulis “Pink Globalization : Hello Kitty’s Trek Across the Pacific”, Christine R. Yano, berkata bahwa ketidakadaan mulut pada Hello Kitty membuat ekspresinya sulit dibaca, dimana hal ini merupakan salah satu alasan mengapa Hello

⁶ Ibid.

⁷ “Shop Hello Kitty Products.” 2020. *Sanrio*. <https://www.sanrio.com/categories/hello-kitty>. Accessed September 13.

⁸ The Editors of Encyclopaedia Britannica. 2014. “Hello Kitty.” *Encyclopædia Britannica*. Encyclopædia Britannica, inc. August 28. <https://www.britannica.com/topic/Hello-Kitty>.

⁹ “The History of Sanrio's Most Famous Kawaii Character: Hello Kitty: TokyoTreat: Japanese Candy & Snacks Subscription Box.” 2019. March 10. <https://tokyotreat.com/news/history-of-hello-kitty-kawaii>.

Kitty menarik banyak perhatian masyarakat dunia karena masyarakat dapat melihat kemungkinan berbagai macam ekspresi.¹⁰

Nama asli Hello Kitty adalah bukanlah Hello Kitty, tetapi Kitty White. Sanrio menjelaskan bahwa Kitty White lahir pada tanggal 1 November di pinggiran kota London, dimana dia tinggal bersama orang tuanya, George dan Mary, serta saudara kembarnya, Mimmy. Hello Kitty juga memiliki hewan peliharaan, yaitu kucing bernama Charmmy Kitty. Kitty White memiliki hobi yaitu, membuat kue, bermain piano dan membuat teman baru.¹¹

Pada tahun 1976, Hello Kitty mulai muncul di Amerika Serikat, dua tahun setelah diperkenalkannya karakter kawaii ini.¹² Sejak saat itu, Hello Kitty semakin terkenal hingga menjadi fenomena di seluruh dunia, dimana tidak hanya anak-anak yang tertarik dengan Hello Kitty, tetapi remaja bahkan orang dewasa terobsesi dengan Hello Kitty. Pada awalnya produk Hello Kitty dipasarkan hanya untuk anak-anak dengan produk seperti sikat gigi, jepitan rambut, dan peralatan sekolah, tetapi pada tahun 1990-an, Sanrio mulai memasarkan produk kepada orang dewasa, seperti tas dan makeup. Pada akhirnya, Sanrio terus memperluas produk Hello Kitty, seperti alat elektronik, perhiasan, alat rumah tangga, serial televisi animasi

¹⁰ "Hello Kitty Is Not a Cat, plus More Reveals before Her L.A. Tour." 2014. *Los Angeles Times*. Los Angeles Times. August 26. <https://www.latimes.com/entertainment/arts/miranda/la-et-cam-hello-kitty-in-los-angeles-not-a-cat-20140826-column.html>.

¹¹ "Shop Hello Kitty Products." 2020. *Sanrio*. <https://www.sanrio.com/categories/hello-kitty>. Accessed September 13.

¹² "The History of Sanrio's Most Famous Kawaii Character: Hello Kitty: TokyoTreat: Japanese Candy & Snacks Subscription Box." 2019. March 10. <https://tokyotreat.com/news/history-of-hello-kitty-kawaii>.

dan masih banyak lagi.¹³ Hello Kitty sekarang dikenal sebagai ikon budaya populer Jepang dengan nilai sebesar \$42 miliar pada tahun 2018.¹⁴

1.2. Rumusan Masalah

Pembahasan dalam penelitian yang dilakukan adalah mengenai diplomasi budaya Jepang melalui Hello Kitty pasca Perang Dunia ke II. Dalam proposal penelitian ini, rumusan masalah yang diangkat adalah

- Bagaimana Hello Kitty memainkan peran diplomasi budaya untuk Jepang di seluruh dunia ?
- Mengapa Hello Kitty yang digunakan sebagai diplomasi budaya Jepang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mendeskripsikan serta menganalisis citra Jepang yang dibentuk oleh Hello Kitty, dan juga untuk menganalisis atau mengkaji peran Hello Kitty dalam diplomasi budaya Jepang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Ada juga manfaat dalam penelitian ini, yaitu pertama, untuk menginformasikan kepada pembaca bahwa Jepang menggunakan salah satu tokoh

¹³ The Editors of Encyclopaedia Britannica. 2014. "Hello Kitty." *Encyclopædia Britannica*. Encyclopædia Britannica, inc. August 28. <https://www.britannica.com/topic/Hello-Kitty>.

¹⁴ "The History of Sanrio's Most Famous Kawaii Character: Hello Kitty: TokyoTreat: Japanese Candy & Snacks Subscription Box." 2019. March 10. <https://tokyotreat.com/news/history-of-hello-kitty-kawaii>.

budaya populer, yaitu Hello Kitty bentuk diplomasi budaya Jepang; kedua, untuk memahami dan mengembangkan pengetahuan mengenai diplomasi budaya Jepang; ketiga, penelitian diharapkan akan menambah pengetahuan pembaca terkait budaya populer Jepang..

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bagian sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan secara singkat mengenai budaya Jepang dan bagaimana Jepang menggunakan budaya tersebut sebagai soft power mereka, salah satunya adalah Hello Kitty. Bab ini juga menjelaskan secara singkat mengenai latar belakang lahirnya Hello Kitty serta bagaimana Hello Kitty menjadi populer di masyarakat dunia. Dalam bab ini juga terdapat rumusan masalah beserta tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan yang dijelaskan dengan lengkap dalam penelitian ini.

2. BAB II KERANGKA BERPIKIR

Dalam bab ini, terdapat tinjauan pustaka yang didapatkan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki topik serupa atau berkaitan dengan topik penelitian ini yang digunakan sebagai dasar dari data penelitian ini. Bab ini juga terdapat kerangka teori dan konsep yang digunakan dalam membahas penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai pendekatan ilmiah yang digunakan dalam penelitian. Dalam bab ini juga terdapat penjelasan terkait metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

4. BAB IV ANALISIS

Bab ini menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan data-data yang didapatkan ke dalam beberapa bagian. Hasil penelitian yang dijelaskan dalam bab ini telah dianalisis serta menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Bagian pertama yang dijelaskan dalam bab ini adalah mengenai sejarah Jepang selama Perang Dunia ke II, kemudian dilanjutkan dengan sejarah Hello Kitty dan bagaimana Hello Kitty menciptakan citra Jepang yang baru, serta peran Hello Kitty dalam diplomasi budaya Jepang.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan pada bab-bab sebelumnya dan juga saran terkait penelitian yang dilakukan.