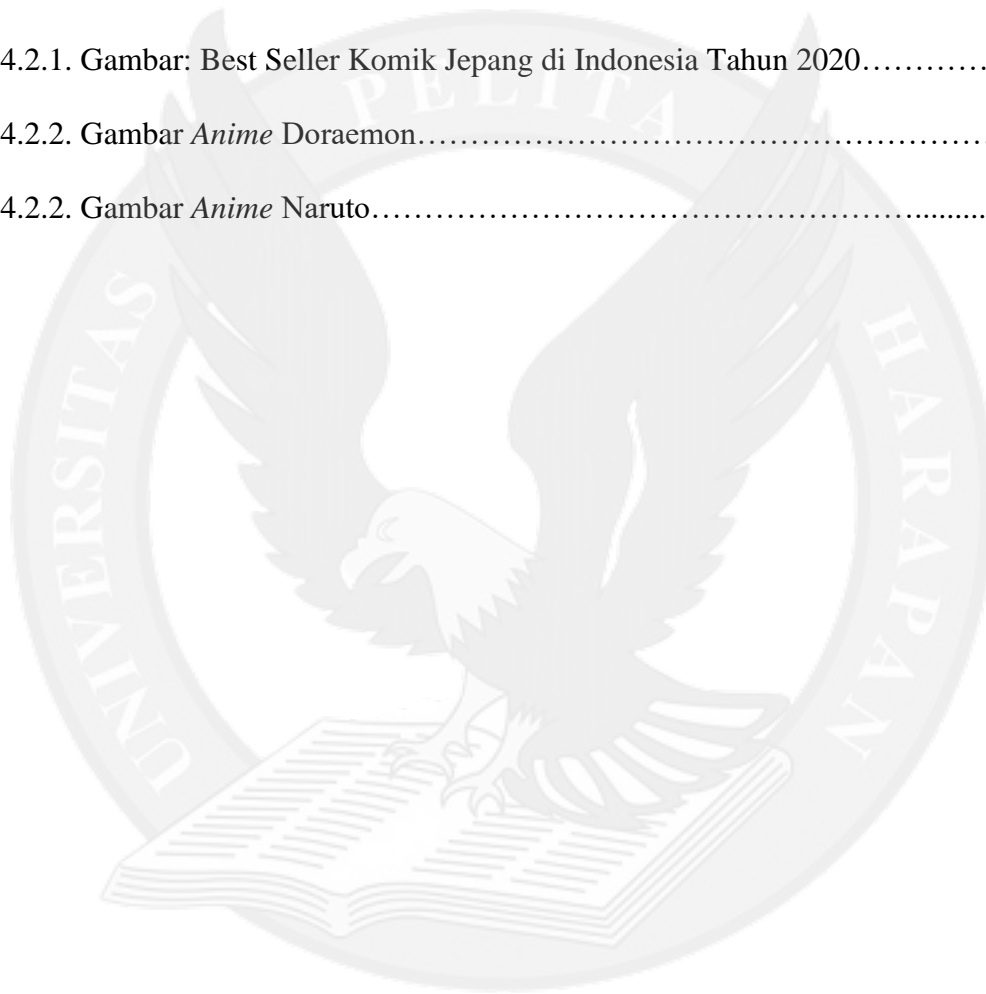


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR GRAFIK	vi
DAFTAR SINGKATAN	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Pertanyaan Penelitian.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Kegunaan Penelitian.....	9
1.5. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II. KERANGKA BERPIKIR	11
2.1. Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1. Perkembangan Industri Kreatif Jepang.....	11
2.1.2. Proses Serta Pengaruh Industri Kreatif Jepang Secara Global Dan Khusus di Indonesia.....	14
2.2. Teori dan Konsep.....	17
2.2.1. Teori Neoliberalisme.....	17
2.2.2. Konsep <i>Soft Power</i>	21
2.2.3. Konsep Diplomasi Budaya.....	24
2.2.4. Konsep <i>Second Track Diplomacy</i>	25
BAB III. METODE PENELITIAN	28
3.1. Pendekatan Ilmiah.....	28
3.2. Metode Penelitian.....	28
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV. ANALISIS	30
4.1. Faktor Eksternal: Perjanjian Kerja Sama Jepang Dengan Indonesia.....	30
4.1.1. Sejarah Terbentuknya Kerja Sama Jepang Dengan Indonesia Sejak 1958.....	31
4.1.2. Sejarah Industri Kreatif Jepang.....	36
4.1.3. Strategi Jepang Dalam Menggunakan Industri Kreatif.....	41
4.2. Faktor Internal: Hubungan Baik Indonesia Dengan Jepang.....	56
4.2.1. Pertumbuhan Industri Kreatif Jepang di Indonesia.....	60
4.2.2. Fenomena Dan Nilai-Nilai Dari Industri Kreatif Jepang Yang Menyebar Di Indonesia.....	66
BAB V. KESIMPULAN	70
5.1. Kesimpulan.....	70
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

4.1. Gambar Peringatan 60 Tahun Hubungan Diplomatik Jepang-Indonesia...	30
4.2.1. Gambar <i>Anime</i> Kimi No Na Wa	60
4.2.1. Gambar <i>Anime</i> Kimetsu No Yaiba.....	60
4.2.1. Gambar: Best Seller Komik Jepang di Indonesia Tahun 2020.....	64
4.2.2. Gambar <i>Anime</i> Doraemon.....	65
4.2.2. Gambar <i>Anime</i> Naruto.....	65



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1: Perkembangan Keuntungan Penjualan Industri Komik <i>Manga</i>	45
Grafik 2: Perkembangan Pasar Dari Industri <i>Anime</i> Jepang Dalam Domestic Dan Luar Negeri.....	48
Grafik 3: Persentase Mekanisme Industri <i>Games</i> Di Jepang.....	50
Grafik 4: Persentase <i>Gamers</i> Di Jepang Yang Memilih Untuk Bermain <i>Single-Player Games</i>	51
Grafik 5: Pertumbuhan Penghasilan Studio Animasi Indonesia.....	57
Grafik 6: Perkembangan Pasar Industri <i>Anime</i> Di Pasar Internasional.....	58
Grafik 7: Negara-Negara Yang Memegang Pasar Industri <i>Anime</i> Jepang.....	58
Grafik 8: Data Angka Penjualan <i>Video Game Consoles</i> di Indonesia 2020.....	62

DAFTAR SINGKATAN

SCI-FI	: Science Fiction
MNC	: Multinational Corporation
ODA	: Official Development Assistance
IJEPA	: Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement
COMIFURO	: Comic Frontier
COSPLAY	: Costume Play
E-SPORT	: Electronic Sport
VTUBER	: Virtual Youtuber

