BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jepang merupakan salah satu negara yang memiliki banyak budaya unik dan merupakan contoh negara yang berhasil menyebarkan budayanya ke banyak negara. Beragam nya budaya Jepang menjadi salah satu alasan mengapa budaya tersebut begitu populer di kalangan masyarakat luas, yang dimana salah satu budaya khas Jepang yang dikenal semua orang ialah *manga*, *anime*, dan *cosplay*. Karena keunikan budayanya, kebudayaan Jepang berhasil menyebarkan pengaruh budayanya tidak hanya ke seluruh Asia Timur tetapi juga ke seluruh Asia Tenggara.

Saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa Jepang menjadi salah satu dari negara yang tergolong memiliki tingkat kemajuan yang sangat pesat dalam berbagai bidang, dalam mencapai kemajuan tersebut dapat dilihat melalui kaca mata sejarah bahwa orang Jepang tidak serta merta meninggalkan kebudayaannya, bahkan setelah Perang Dunia II Jepang mengalami resesi ekonomi akibat kekalahannya.¹ Oleh karena itu, pemerintah Jepang mengupayakan pembangunan ekonomi melalui kerja sama ekonomi dan budaya, dengan cara inilah yang dapat membantu Jepang dalam memulihkan hubungannya dengan negara-negara jajahannya di benua Asia, termasuk Indonesia pasca Perang Dunia II.

Hubungan Jepang dan Indonesia setelah kemerdekaan merupakan sebuah hubungan bilateral yang kuat, hal ini terjadi setelah perjuangan yang panjang dan berdarah yaitu setelah Indonesia berhasil memperoleh kemerdekaan pada tahun

¹ Etmi Hardi et al., "Kontribusi Nilai-Nilai Falsafah Dan Budaya Hidup Bangsa Jepang Bagi Kemajuan Pendidikan Jepang Pasca Perang Dunia II," *Indonesian Journal of Social Science Education (IJSSE)* 5, no. 2 (2023): 133.

1945. Proses menjalin hubungan diplomatik dengan berbagai negara merupakan langkah penting dalam membangun dan memperkuat kedaulatan negara dan dengan sejarah yang kaya salah satu hubungan bilateral terpenting Indonesia adalah dengan Jepang. Meskipun memiliki sejarah buruk di masa lalu, hubungan antara Jepang dan Indonesia telah berkembang dengan baik sejak kemerdekaan dan menguntungkan kedua belah pihak.

Kali ini, Jepang telah mengambil tindakan yang dapat digambarkan sebagai tindakan yang sangat hati-hati untuk meredakan ketegangan yang belum terselesaikan bahkan setelah Perang Dunia II. Alat yang digunakan Jepang dalam memperbaiki hubungan adalah dengan melalui pendekatan diplomasi dan negosiasi antar negara yang di mana hal ini merupakan langkah tepat ini bisa meningkatkan reputasi Jepang.² Hal ini diungkapkan oleh Tatsunosuke Takasaki yang merupakan ketua delegasi Konferensi Asia Afrika yang diselenggarakan di Bandung pada tahun 1955 yang dimana delegasi Jepang menyatakan bahwa Jepang akan memperkuat kerjasama di bidang ekonomi dan budaya kawasan Asia, Tatsunosuke juga mengatakan Jepang akan mencoba menjalin diplomasi budaya khususnya di Indonesia. Diplomasi budaya Jepang dan Indonesia pertama kali terjadi pada tahun 1958, sejak saat itulah kerjasama di bidang kebudayaan mulai terjalin, dan hal ini juga menjadi awal terjalinnya hubungan diplomasi yang baik pasca Perang Dunia II.

Meningkatnya budaya Jepang di Indonesia adalah salah satu akibat dari masuknya anime Jepang ke negara ini, membawa serta nilai-nilai budaya Jepang.

² Ulan Purnamasari, Yuni Aulia, and Marsella Marsella, "Kerjasama Bilateral Indonesia-Jepang Melalui Program The Japan Foundation," *Demokrasi: Jurnal Riset Ilmu Hukum, Sosial dan Politik* 2, no. 1 (2025): 190.

Penyebaran budaya Jepang tampak pada acara, festival dan kemunculan komunitas pecinta budaya Jepang di Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari peran pemerintah Jepang yang sangat mendukung produksi dan pengembangan *anime*, *manga*, serta *cosplay* sebagai bagian dari budaya populer Jepang, yang semakin mendapat perhatian dari Kementerian Luar Negeri Jepang sejak adanya reformasi struktural. Fenomena ini menjadi penting dalam studi hubungan internasional karena budaya adalah salah satu elemen kekuatan suatu negara.³ Budaya juga memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perilaku individu lain. Dengan memahami potensi ini, pemerintah Jepang dapat menggunakan budaya sebagai alat diplomasi. Namun, dalam menjalankan diplomasi budaya, pemerintah Jepang tidak bekerja sendirian. Mereka melibatkan aktor-aktor diplomasi non-negara yang berada di luar struktur pemerintahan tetapi berperan dalam mendukung kebijakan luar negeri Jepang. Pemerintah tetap menjadi aktor utama dalam berbagai kolaborasi dengan aktor-aktor di luar pemerintah.

Dalam hal ini, Jepang yang memiliki produk budaya populer seperti *manga*, *anime* dan *cosplay* yang banyak dikenal di seluruh dunia, sehingga ketiga hal tersebut kini sangat identik dan menjadi *icon* yang menggambarkan negara Jepang. Ketika kita memikirkan Jepang, kita langsung memikirkan *manga*, *anime* dan *cosplay* tentu saja kita mulai berpikir tentang karya karya yang terkenal dan mendunia seperti *One Piece*, *Detective Conan* dan *Naruto* menjadi sangat terkenal di kalangan masyarakat Indonesia, karena itulah tokoh *manga* yang begitu sukses di Indonesia ini menjadi ikon sebagai duta diplomasi budaya Jepang. Pemerintah Jepang percaya bahwa *manga*, *anime*, dan *cosplay* bisa menjadi alat *soft power* yang

³ Wangsadiputra, Cyrilla Kiana, *Pengaruh Diplomasi Budaya Jepang melalui Manga 'Haikyuu!!' terhadap Hubungan Indonesia-Jepang*, (Skripsi: Universitas Katolik Parahyangan, 2022).

penting untuk diplomasi dengan negara lain. Mereka yakin bahwa ketiga budaya ini bisa menyampaikan positif Jepang di dunia internasional, khususnya di Indonesia seperti yang telah disampaikan oleh Menteri Luar Negeri Masika Takamura pada tahun 2008, bertugas untuk memperkenalkan budaya Jepang ke Indonesia.

Manga, anime dan cosplay ada dan digunakan tidak hanya untuk memberikan dukungan media bagi Jepang dalam hubungan antar negara, tetapi juga untuk mendukung diplomasi multifaset di tingkat masyarakat dan kepentingan ekonomi antar negara lain. Bisa dibayangkan dan dikatakan bahwa Jepang bisa mempromosikan budaya nasionalnya dengan melalui penulisan dan penggambaran dalam budaya "*Cool Japan*" sebagai bentuk hiburan Jepang dan terus memainkan peran penting sebagai media untuk memperkuat hubungan bilateral. Hal ini terlihat pada tahun 2008, Pemerintah Jepang menunjuk karakter "*Doraemon*" sebagai duta film animasi Jepang untuk memperkenalkan budaya Jepang ke berbagai negara, termasuk Indonesia.

Awal mula kemunculan dan perkembangan *manga* dan *anime* di Indonesia dimulai pada awal tahun 1980 yang saat itu sedang menjadi tren masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia akan diperkenalkan dengan *anime* untuk pertama kalinya, dan ini memiliki perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan film animasi Amerika dan Eropa seperti *Batman*, *Spongebob* dan *Justice League*. *Anime* dilihat sebagai hiburan di Indonesia, sehingga meraih popularitas terutama di kalangan anak-anak.⁴ Pada masa itu, *anime* tersedia dalam format kaset video bersamaan dengan popularitas "*Anime DVD*" yang diproduksi di Jepang pada tahun 1970-an, dengan *genre* fiksi ilmiah seperti *Inuyasha* yang menjadi sangat populer.

⁴ Muslim, Muhammad Bukhori, Peran Diplomasi Publik Jepang dalam Budaya Anime dan Manga, *Jurnal PIR: Power in International Relations*, 8(1), 2023 30-40. Dapat diakses melalui <https://doi.org/10.22303/pir.v8i1.3>.

Anime mengalami fluktuasi popularitas selama beberapa tahun berikutnya, dan kembali muncul di saluran TV baru seperti RCTI, SCTV, dan Indosiar yang mulai menayangkan *anime* populer yang ditujukan untuk anak-anak, seperti *Saint Seiya*, *Sailor Moon*, dan *Dragon Ball*. Secara tidak langsung saluran-saluran TV tersebut telah menjadi lebih populer di kalangan anak-anak *anime* Indonesia.

Terlihat dari besarnya popularitas *manga* dan *anime* *Naruto*, *One Piece*, *Jujutsu Kaisen*, *Attack on Titan*, *Haikyuu!!*, *Blue Lock*, *Demon Slayer* bahkan *Kaiju No.8* dan *Hell's Paradise : Jigokuraku* di era globalisasi terutama dengan tingginya skala penggemar di Indonesia sehingga Jepang sendiri juga sangat aktif dalam mempromosikan *anime* dan lama kelamaan popularitas *anime*, *manga*, dan *cosplayer* menjadi tren di Indonesia.⁵ Kemudian dengan kemunculan *manga* dan *anime* ini membuat para penggemarnya ingin mencoba untuk menghidupkan karakter tersebut menjadi nyata melalui *cosplay* yang dimana hal ini merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan cara meniru sebuah karakter dari *manga* atau *anime* dengan berpakaian dan bersikap layaknya karakter itu sendiri, istilahnya seperti menghidupkan karakter tersebut, sehingga para pelaku *cosplay* tersebut disebut sebagai *cosplayer*.

Tren *cosplay* pertama kali muncul di Indonesia pada tahun 2000 dalam acara yang diadakan oleh Universitas Indonesia di Jakarta. Acara yang disponsori oleh Gelar Jepang UI ini dikenal dengan nama “Japan Cultural Festival” atau “*Bunkatsusai*” yang dimana kebudayaan unik dari Jepang ini pun disambut dengan hangat oleh banyak masyarakat Indonesia terutama para penggemar *manga* dan *anime*.

⁵ Wangsadiputra, Cyrilla Kiana, *Pengaruh Diplomasi Budaya Jepang melalui Manga 'Haikyuu!!' terhadap Hubungan Indonesia-Jepang*, (Skripsi: Universitas Katolik Parahyangan, 2022).

Hal ini menjadi sangat tren hingga tahun 2024, dengan berbagai kemunculan *manga* dan *anime* yang baru serta *fresh* membuat Jepang sangat gencar dalam mempromosikan hal tersebut ke Indonesia melalui kerja sama penayangan film *anime* seperti contoh yang baru terjadi pada tanggal 29 Mei lalu yaitu penayangan film “*Haikyu!! The Dumpster Battle*” dengan bioskop dalam negeri seperti XXI, lalu adanya kerja sama dengan penerbit Gramedia untuk perilisan *manga* berbahasa Indonesia, bahkan ekspor impor mainan *action figure* hingga perlengkapan *cosplay* melalui *platform online* seperti *Shopee* dan *Tokopedia* bahkan *offline* seperti toko fisik.⁶ Oleh karena itu, Indonesia memahami bahwa Jepang adalah negara dengan kekuatan ekonomi yang tinggi, sehingga negara ini sendiri dapat dikatakan sebagai mitra dagang Indonesia. Mengingat hubungan kerja sama yang sudah terjalin lama, tidak dapat dipungkiri bahwa Jepang mempunyai pasar di Indonesia serta peningkatan penjualan *manga*, perilisan *anime* serta perlengkapan dan barang *cosplay* melalui *platform online* membuat Jepang semakin menancapkan taringnya di Indonesia.

Penelitian ini akan terhubung dengan beberapa karya ilmiah sebelumnya untuk menunjukkan keterkaitan yang relevan. Salah satu contoh karya ilmiah yang dianalisis adalah penelitian tentang diplomasi budaya Jepang, yang menggambarkan bagaimana negara tersebut berhasil memanfaatkan produk budaya populer seperti *anime*, *manga*, dan video game untuk memperkuat *nation branding* dan *soft power*-nya. Pasca Perang Dunia II, Jepang memulai upaya untuk memperbaiki citra bangsa yang buruk akibat kekalahannya dalam perang dengan

⁶Wangsadiputra, Cyrilla Kiana, *Pengaruh Diplomasi Budaya Jepang melalui Manga 'Haikyuuu!!' terhadap Hubungan Indonesia-Jepang*, (Skripsi: Universitas Katolik Parahyangan, 2022).

memanfaatkan *anime* dan *manga* sebagai alat diplomasi budaya.⁷ Melalui penggunaan *anime* dan *manga*, Jepang berhasil menciptakan citra positif yang efektif dalam meningkatkan *nation branding*. Erwindo juga mencatat bahwa diplomasi budaya melalui *manga* dan *anime* tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media untuk menyampaikan nilai-nilai budaya Jepang kepada dunia. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis lebih dalam mengenai “Analisis Upaya Diplomasi Budaya Jepang dan Implikasi Ekonomi Melalui *Manga*, *Anime* dan *Cosplay* di Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan diteliti melalui penelitian ini sangat erat kaitannya dengan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya:

1. Bagaimana Jepang menerapkan strategi diplomasi budaya dalam wujud *manga*, *anime* dan *cosplay* di Indonesia?
2. Kerugian ekonomi apa yang didapatkan oleh Jepang melalui strategi diplomasi budaya dalam wujud *manga*, *anime* dan *cosplay* di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana pemerintah Jepang memanfaatkan kerja sama dalam diplomasi budaya “*Cool Japan*” dan sebagaimana Jepang memanfaatkan *manga*, *anime* dan *cosplay* sebagai wujud dari *soft power* yang digunakan untuk memperkuat *nation branding* Jepang dan membawa banyak keuntungan ekonomi negara melalui kerja sama.

⁷ Erwindo, C. W, Efektivitas Diplomasi Budaya melalui Anime dan Manga sebagai Alat Nation Branding Jepang, *Jurnal Analisis Hubungan Internasional*, 7(2), 66-78, 2018, Diakses dari <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jahi916255714efull.pdf>.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap beberapa pertimbangan yang digunakan oleh Jepang dalam merepresentasikan diplomasi budaya “*Cool Japan*” di Indonesia sebagai bentuk pendekatan *soft power*. Melalui penelitian ini, peneliti berharap agar para pembaca dapat memahami lebih jelas manfaat, efek, kepentingan dan keberhasilan ekonomi yang dicapai Jepang melalui diplomasi budaya “*Cool Japan*” berbentuk *manga*, *anime* dan *cosplay* di Indonesia. Dalam sudut pandang akademis, hasil penelitian ini sejalan dengan berbagai kajian akademis terkait kajian diplomasi budaya dalam festival budaya, guna mencapai kepentingan nasional negara dan memberikan manfaat serta kontribusi pada bidang sastra hubungan internasional dan bidang lainnya dapat digunakan sebagai masukan, rujukan terkait penelitian diplomasi budaya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan diperlukan agar pembaca dapat memahami penelitian yang ditulis oleh peneliti dengan mudah, berikut adalah penulisan sistematika penelitian ini:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam Bab 1 ini, peneliti menjelaskan perihal latar belakang masalah mengenai analisis kepentingan hubungan dan keuntungan ekonomi antara Jepang dan Indonesia melalui diplomasi budaya *manga*, *anime* dan *cosplay*.

Dalam bab ini, penulis juga menyajikan satu rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan dalam penelitian

BAB 2 : KERANGKA BERPIKIR

Dalam Bab 2 ini, peneliti menyajikan tinjauan pustaka yang didapatkan dari berbagai sumber data studi kepustakaan dan literatur sebelumnya yang

relevan dan dengan topik yang sedang diteliti. Dalam bab ini, peneliti juga menyajikan kerangka teori dan juga konsep yang menjadi dasar dari penelitian ini.

BAB 3 : METODOLOGI

Dalam Bab 3 ini, peneliti menguraikan metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk mempermudah proses penelitian. Metodologi penelitian terdiri dari pendekatan penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab 4 ini, peneliti menyajikan semua jawaban dari rumusan masalah yang telah diajukan. Peneliti mulai menyelidiki dan menganalisis serta mengidentifikasi bagaimana Jepang menerapkan strategi diplomasi budaya “Cool Japan” di Indonesia dan dampak ekonomi serta bisnis yang didapatkan oleh Jepang melalui strategi diplomasi budaya dalam wujud *manga*, *anime* dan *cosplay* di Indonesia.

BAB 5 : KESIMPULAN

Dalam Bab 5 ini, peneliti akan menyajikan semua kesimpulan dari keseluruhan penelitian serta mencantumkan saran mengenai topik yang dibahas.