

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia dalam kesehariannya tidak akan lepas dari kebudayaan, karena manusia adalah pencipta dan pengguna kebudayaan itu sendiri. Manusia hidup karena adanya kebudayaan, sementara itu kebudayaan akan terus hidup dan berkembang manakala manusia mau melestarikan kebudayaan. Dengan demikian manusia dan kebudayaan tidak dapat dipisahkan satu sama lain, karena dalam kehidupannya tidak mungkin tidak berurusan dengan hasil-hasil kebudayaan, setiap hari manusia melihat dan menggunakan kebudayaan, dan kebudayaan berevolusi mengikuti perkembangan peradaban manusia, dari zaman prasejarah hingga era globalisasi.¹

Dalam dunia internasional, kebudayaan dapat menjadi salahsatusarana yang digunakan untuk mencapai kepentingan suatu negara. Kebudayaan bisa juga digunakan sebagai alat diplomasi, yang lebih dikenal dengannama diplomasi kebudayaan. Istilah ini biasanya dipakai oleh suatu negara yang ingin mencapai kepentingan nasionalnya di luar bidang politik.²

¹https://www.kompasiana.com/sitimaymunah/manusia-dalam-mempertahankan-kebudayaan-yang-sangat-erat_5528e1c1f17e61d0178b4597 diakses pada tanggal 18 Januari 2017.

²*ibid*

Dalam hal ini, Jepang merupakan negara yang memiliki latar belakang budaya yang kuat. Sepanjang sejarahnya, Jepang telah menyerap gagasan dari negara-negara lain dalam hal teknologi, adat-istiadat dan melalui bentuk-bentuk kebudayaan. Tak dapat disangsikan bawasannya kebudayaan Jepang memiliki konstruksi unik yang dapat menarik perhatian bagi kalangan lain. Kebudayaan tradisional maupun kebudayaan populer memiliki karakteristik tersendiri, didalamnya mengandung nilai sosio-kultural Jepang padamasanya.³

Beberapa contoh kebudayaan Jepang yang dapat dilihat pengaruhnya di negara lain adalah Komik (*Manga*), Kartun atau Animasi (*Anime*), serta makanan Jepang. Dengan keunikan masing-masing dari tiap bentuk kebudayaan Jepang berhasil menyebarkan pengaruh kebudayaannya tidak hanya di kawasan Asia Timur, tetapi juga memasuki kawasan Asia Tenggara, dan salah satu negara di kawasan Asia Tenggara yang mendapat pengaruh kebudayaan Jepang adalah Indonesia.⁴

Dalam buku berjudul *Teori Budaya dan Budaya Pop* dari John Storey mengutip penjelasan Raymond Williams mengenai definisi budaya dan budaya populer. Williams memberikan tiga definisi tentang kata budaya, yaitu: pertama, budaya dapat digunakan untuk mengacu pada suatu proses umum perkembangan intelektual, spiritual, dan estesis. Kedua, budaya bisa berarti pandangan hidup tertentu dari masyarakat, periode atau kelompok tertentu. Ketiga, budaya bisa merujuk pada karya dan

³<https://www.scribd.com/doc/76221240> diakses pada tanggal 18 Januari 2017.

⁴http://www.kompasiana.com/mardhanaksatrya/hegemoni-budaya-jepang-melalui-anime-dan-manga_ diakses pada tanggal 18 Januari 2017.

praktik-praktik intelektual, terutama aktivasi artistik.⁵ Dari tiga definisi tentang kebudayaan tersebut, kita dapat menggolongkan bahwasanya budaya populer Jepang termasuk pada definisi yang ketiga yakni suatu kebudayaan yang memang diciptakan secara massa sehingga dapat dinikmati oleh khalayak ramai dan bersifat komersial.

Tidak dapat dipungkiri bahwa budaya populer Jepang sangat menarik perhatian berbagai kalangan dan telah menyebar keseluruh dunia. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan budaya populer Jepang seperti *manga* dan *anime* dapat diterima dengan baik tidak hanya di Jepang tetapi juga diluar Jepang, yaitu: pertama, budaya pop Jepang memiliki kreativitas dan kualitas yang tinggi. Dalam berbagai jenis budaya populer, orang Jepang menuangkan kreativitasnya yang tinggi dan dijunjung dengan kualitas yang sangat baik.⁶

Kedua, budaya populer Jepang mengandung unsur kehidupan, mimpi, dan relevansinya. Tema yang diangkat kedalam *manga* dan *anime* sangat berhubungan dengan kehidupan manusia pada umumnya yang mencakup cinta kasih, kebaikan dan keburukan, hubungan manusia dengan alam, hingga mimpi untuk masa depan. Selain itu, dalam *manga* dan *anime* juga terdapat idealisme yang kuat dalam berjuang untuk meraih tujuan ataupun mimpi-mimpi.⁷

Saat ini, dunia sudah begitu familiar dengan *manga* dari Jepang. Masyarakat Jepang memang terkenal ulet, pekerja keras dan pintar

⁵ John Storey, *Teori Budaya dan Budaya Pop*, Yogyakarta: Penerbit Qalam, 1993 hal. 3.

⁶ Timoty J. Craig (ed), *Japan Pop! Inside the World of Japanese Popular Culture*, New York: M.E Sharpe, 2000 hal. 6.

⁷*Ibid.*

bukan hanya dalam konteks menciptakan industri otomotif sehingga bisa menguasai pasar dunia. Namun juga mereka pandai dalam mengeksplorasi kelebihan lainnya dalam hal kreasi dan imajinasi karikaturis seperti *manga* maupun *anime*. *Manga* Jepang dianggap sudah merasuki pasar bisnis kreatif dunia sehingga tidak berlebihan kalau disebut dunia mengalami ketergantungan terhadap industri kreatif dari Negeri Matahari Terbit ini.⁸

Dalam kesejarahan Jepang, *manga* ini sudah dikembangkan sedemikian rupa yang ditujukan untuk menjangkau pasar industri kreatif bukan hanya didalam Jepang, melainkan di seluruh dunia. Secara harfiahnya, kata “*manga*” sendiri memiliki arti gambar acak. Para seniman asing di Jepang yang bekerja memproduksi *manga* ini lebih menekankan pada ide-ide dibalik gambar. Ada banyak tokoh dibalik suksesnya bisnis *manga* seperti Suzuki Kankei, Santo Hayden yang terkenal pada abad ke-18, dan juga Aikawa Minwa dan Hokusai pada abad ke 19. Setelah *manga* populer, kemudian dikembangkan menjadi industri *anime*. *Anime* atau animasi khas Jepang sangat dipengaruhi oleh gaya bergambar *manga* yang telah lebih dulu ada. *Anime* Jepang biasanya dicirikan melalui gambar-gambar yang berwarna-warni yang menampilkan tokoh dalam berbagai macam cerita dan lokasi. Sementara *anime* pertama yang memperoleh kepopuleran yang cukup luas ialah Astro Boy yang dibuat oleh Azamu Tezuka pada tahun 1963.⁹

Dalam pergaulan internasional, Jepang telah lama dikenal sebagai salah satu negara industri maju dengan sistem ekonomi yang kuat. Dengan

⁸<http://jepang.panduanwisata.id/> diakses pada tanggal 18 Januari 2017.

⁹*ibid.*

penguasaan teknologi yang canggih, Jepang mampu mengembangkan industri otomotif dan manufaktur lainnya yang mampu menguasai pasar dunia. Kekuatan ekonomi Jepang tersebut telah menjadikan Jepang sebagai negara yang memiliki pengaruh besar dalam perekonomian dunia. Berbeda dengan pengaruh besar Jepang dalam bidang ekonomi dan industri otomotif serta elektronik yang dianggap sebagai bentuk *hard power*, pengaruh Jepang dalam bidang budaya populer yang telah banyak menarik perhatian tersebut merupakan suatu bentuk dari *soft power*. Budaya populer Jepang yang saat ini telah diterima dengan baik oleh masyarakat di negara lain tanpa adanya paksaan dalam penerimaannya, bersifat lebih "lunak" bila dibandingkan dengan pengaruh Jepang lainnya seperti pada bidang ekonomi dan teknologi.

Saat ini istilah *soft power* sering didiskusikan oleh akademisi maupun praktisi hubungan internasional. Konsep *soft power* pertama kali diperkenalkan oleh Joseph S. Nye Jr., seorang mantan dekan Kennedy School of Government, Harvard University. Ia menjelaskan *soft power* sebagai kemampuan suatu negara untuk mencapai tujuannya dengan lebih menggunakan daya tarik (*attraction*) daripada paksaan (*coercion*) dan pembayaran (*payment*). Salah satu bentuk daya tarik (*attraction*) tersebut adalah daya tarik dari budaya negara tersebut. Definisi *soft power* menurut Nye yaitu: "*Soft power is the ability to get what you want through*

*attraction rather than coercion or payments. It arises from the attractiveness of a country's culture, political ideals, and policies.”*¹⁰

Menurut Nye, *soft power* bergantung kepada kemampuan negara untuk mengatur agenda politik dalam cara yang bisa menjadi pilihan (*preference*) bagi negara lainnya. Salah satu cara untuk memberikan preferensi pada negara lain tersebut adalah melalui daya tarik budaya yang atraktif, ideologi dan institusi. Berbeda dengan kekuatan militer atau kekuatan ekonomi yang digunakan untuk ”memaksa” negara lain mengubah pandangan atau posisinya, *soft power* lebih menekankan pada kemampuan suatu negara untuk mencapai kepentingannya terhadap negara lain dengan menggunakan pengaruh budaya, nilai politis, dan kebijakan luar negerinya.

Dalam konteks Jepang, salah satu daya tarik budaya yang dimilikinya adalah budaya populer yang dapat dimanfaatkan sebagai *soft power* negaranya. Nye mengungkapkan bahwa Jepang memiliki sumber-sumber *soft power* yang lebih potensial dibandingkan dengan negara-negara di Asia lainnya. Salah satu sumber *soft power* tersebut adalah budaya populer Jepang yang tetap menjadi sumber *soft power* yang potensial bahkan setelah ekonominya melemah.

*“Japan has more potential soft power resources than any other Asian countries . . . Japan's popular culture was still producing potential soft power resources even after its economy slowed down.”*¹¹

¹⁰ Joseph S. Nye Jr., *Soft Power The Means to Success in World Politics*, (New York: Public Affairs, 2004), x

¹¹*Ibid*, 85-86

Di antara berbagai bentuk budaya populer Jepang, *manga* dan *anime* telah lama dikenal dan memiliki penggemar yang sangat banyak di seluruh dunia dan dianggap sebagai bagian kunci dari budaya populer Jepang. Telah banyak judul *manga* yang diterjemahkan ke berbagai bahasa lain dan dibaca oleh banyak orang. Sama seperti *manga*, *anime* juga telah ditayangkan di banyak negara di dunia dan berhasil meraih popularitas. Seiring perkembangannya, tema yang diangkat ke dalam *manga* dan *anime* juga semakin beragam, sehingga dapat dinikmati oleh semua kalangan dari berbagai usia. Kepopuleran *manga* dan *anime* di seluruh dunia juga dianggap sebagai bukti kekuatan ekspresif (*expressive strength*) yang dimiliki oleh seniman Jepang (Allison, 2006).¹² Karena kepopuleran global yang dimiliki oleh *manga* dan *anime*, pemerintah Jepang pun mendorong pengembangan *manga* dan *anime* sebagai salah satu ekspor budaya utama Jepang (Kinsella, 2000).¹³ Keseriusan pemerintah Jepang dalam mengembangkan *manga* dan *anime* ditunjukkan dengan disetujuinya permintaan dari Kyoto Seika University untuk mendirikan *School of Cartoon and Comic Art* oleh Kementerian Pendidikan, Olahraga, dan Budaya Jepang pada tahun 1999 dan mulai beroperasi pada tahun 2000. Kyoto Seika University menjadi universitas pertama yang memiliki departemen seni komik dan kartun di Jepang. Sebagai tambahan, pada tahun 2000 *White Paper of Education* dari Kementerian Pendidikan, Olahraga, dan Budaya Jepang juga mencatat bahwa *manga* adalah suatu

¹² Mark W. MacWilliams, *Japanese Visual Culture* (New York: M.E. Sharpe, 2008), 15

¹³ *Ibid.*

bentuk komunikasi kontemporer yang sangat penting.¹⁴Pada tahun 2007 diselenggarakan *International Manga Award* yang memberikan penghargaan kepada penulis *manga* yang berasal dari luar Jepang.

Pada suatu kesempatan, mantan Perdana Menteri Jepang Taro Aso pernah mengatakan bahwa budaya media Jepang yang dikenal secara global adalah alat diplomasi yang efektif. Bahkan Taro Aso juga menekankan kemampuan Jepang untuk menggunakan *comic-book diplomacy* dalam menjalin hubungan dengan negara lain.¹⁵ Hal ini ditunjukkan dengan dilantiknya tokoh *manga* dan *animeterkenal*, Doraemon sebagai Duta Budaya Animasi Jepang. Doraemon dilantik oleh Menteri Luar Negeri Jepang Komura Masahiko pada tanggal 19 Maret 2008 di Kementerian Luar Negeri Jepang di Tokyo. *Anime* Doraemon diangkat dari *manga* dengan judul yang sama yang ditulis oleh Fujiko F. Fujio pada tahun 1969. Doraemon direkomendasikan oleh para ahli animasi dan budaya pop Jepang sebagai tokoh yang sangat layak menjadi duta budaya animasi karena melalui *manga* dan *anime* Doraemon para penonton yang berasal dari luar Jepang dapat melihat berbagai aspek kebudayaan Jepang, cara berpikir serta keseharian orang Jepang. Pada peringatan 50 tahun hubungan diplomasi Indonesia-Jepang pada tahun 2008, Doraemon sebagai Duta Budaya Animasi Jepang juga datang ke Indonesia. Hal ini semakin memperjelas bahwa hubungan Jepang dengan negara-negara lain di dunia juga dapat didukung oleh budaya populer yang dimilikinya. Dengan ditunjuknya Doraemon yang merupakan tokoh *manga*

¹⁴*Ibid*, 46

¹⁵ Hannah Beech, *Japan Reaches Out* (Tokyo: 20 Nov 2008)

dan *anime* yang sangat populer di luar Jepang, menunjukkan bahwa pemerintah Jepang telah memanfaatkan budaya populer *manga* dan *anime* sebagai soft power-nya dalam menjalin hubungan dengan dunia internasional. Budaya populer Jepang yang dikembangkan sebagai soft power negara tersebut telah memainkan peranan yang cukup penting dalam diplomasi Jepang.

Elemen-elemen budaya populer Jepang ini menyebarkan pengaruhnya di negara-negara Asia, misalnya Taiwan, Hongkong, Singapura, Thailand, Vietnam, Korea dan Indonesia. Di Indonesia, penyebaran *Anime* dan *Manga* dapat dilihat terutama pada tahun 1990-an dengan terbit dan tayangnya salah satu ikon budaya populer—*Anime* dan *Manga*—Jepang, Doraemon. Hal ini semakin terlihat dengan terbit dan tayangnya juga *Anime* dan *Manga* seperti *Sailor Moon*, *Dragon Ball*, *Pokemon*, *Digimon*, dan sebagainya yang memiliki penggemar setia tidak hanya di Indonesia saja, tetapi juga di Asia bahkan di Amerika.¹⁶

Hingga saat tulisan ini ditulis, sudah banyak *Manga* yang terbit di Indonesia melalui penerbit seperti Elex Media Komputindo, M&C dan Level. *Manga* pun terbit dalam bentuk majalah sebagaimana di Jepang melalui majalah seperti *Shonen Magz*, *Shonen Star*, *Nakayoshi* dan sebagainya.¹⁷

¹⁶http://www.kompasiana.com/mardhanaksatrya/hegemoni-budaya-jepang-melalui-anime-dan-manga_55008ca7a33311926f5116d4, diakses 18 Januari 2017

¹⁷*Ibid.*

Populernya *anime* dan *manga* juga membuat rasa ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap Jepang meningkat. Tentunya ini bukan hal yang seluruhnya buruk karena rasa ketertarikan dapat memberikan nilai yang positif pada hubungan antar negara, namun harus diperhatikan lagi bahwa ketertarikan ini menyebabkan masyarakat—terutama kalangan muda—lebih tertarik dengan budaya Jepang daripada budaya Indonesia sendiri. Acara-acara bertema Jepang pun marak bermunculan dengan kegiatan seperti lomba *Cosplay* dan menggambar *Manga*.¹⁸

Di kehidupan sehari-hari, gaya rambut hingga makanan Jepang pun mulai digemari oleh masyarakat bahkan dianggap lebih *superior* oleh sebagian orang. Pengaruh kebudayaan Jepang yang disebarkan melalui *anime* dan *manga* sudah merasuk di berbagai segi kehidupan masyarakat Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti, mengkaji, dan mempelajari masalah tersebut sebagai bahan penelitian dengan judul :

**“PENGARUH BUDAYA POPULER MANGA DAN ANIME
JEPANG TERHADAP APRESIASI MASYARAKAT MUDA
INDONESIA”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah penulis paparkan sebelumnya, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan diteliti yaitu:

¹⁸*Ibid.*

1. Bagaimana latar belakang *manga* dan *anime* sebagai budaya populer Jepang?
2. Bagaimana apresiasi masyarakat muda Indonesia terhadap *mangadan anime* yang mencerminkan karakter bangsa Jepang?
3. Bagaimana pengaruh yang ditimbulkan dari penyebaran budaya *mangadan anime* terhadap masyarakat muda Indonesia?

1. Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penulis membatasi pembahasan penelitian pada proses penyebaran *manga* sebagai salah satu produk budaya populer Jepang dan seberapa jauh hasil penyebaran budaya tersebut ditunjukkan dalam masyarakat, terutama dalam masyarakat pecinta *manga* di Indonesia.

2. Perumusan Masalah

Guna memudahkan dalam menganalisa permasalahan yang akan diteliti berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: **“Bagaimana penyebaran budaya populer *mangadan anime* Jepang serta hasil yang ditimbulkan terhadap masyarakat muda Indonesia?”**

C. Tujuan dan kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Setiap penelitian mempunyai tujuan yang didasarkan pada kepentingan serta motif-motif individu maupun kolektif, adapun tujuan penulis mengadakan penelitian dalam studi hubungan internasional, khususnya dalam membahas tugas ini adalah:

1. Untuk menyampaikan bahwa *mangayang* sangat populer saat ini merupakan bentuk *soft power* yang dimiliki oleh Jepang.
2. Untuk mengetahui berlangsungnya penyebaran budaya populer *manga* di Indonesia.
3. Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap budaya populer Jepang yang berupa *manga*.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, memberikan kontribusi bagi pengembangan studi Hubungan Internasional dan bagi pengembangan di bidang kebudayaan yang berkaitan dengan ilmu Hubungan Internasional.
- b. Secara praktik, memberi informasi tentang kebudayaan Jepang di Indonesia yang bisa bermanfaat bagi yang tertarik akan masalah yang disebutkan.
- c. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Ujian Sidang Sarjana strata Satu (S1) pada Jurusan Hubungan

Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pasundan Bandung.

D. Kerangka Teoritis dan Hipotesis

1. Kerangka Teoritis

Agar penelitian memenuhi kaidah-kaidah keilmuan dan untuk mempermudah proses penelitian, penulis menggunakan suatu kerangka penelitian dan beberapa teori yang dipergunakan oleh para ahli dan konsep- konsep yang relevan dengan objek penelitian yang dibahas. Rangkaian teori dan konsep ini akan dimulai dari teori umum, teori menengah, dan diikuti oleh teori yang bersifat khusus, sehingga rangkaian teori tersebut dapat membantu penulis dalam proses penelaahan fenomena- fenomena yang berhubungan dengan konteks yang diteliti.

Hubungan internasional adalah sebagai fenomena sosial, hubungan adalah menyangkut semua bentuk hubungan atau interaksi dalam kehidupan sosial umat manusia yang melintasi batas- batas negara. **K.J Holsti** dalam bukunya *Politik Internasional Suatu Kerangka Analisis* yang diterjemahkan oleh **Wawan Juanda** sebagai berikut:

“Hubungan Internasional akan berkaitan erat dengan segala bentuk interaksi diantara masyarakat negara- negara, baik yang dilakukan oleh pemerintah atau warga negara, Hubungan Internasional meliputi analisa

kebijakan luar negeri atau proses- proses antarbangsa menyangkut segala hubungan itu”¹⁹

Dengan demikian yang menjadi dasar terjadinya hubungan Internasional terdapat saling ketergantungan antar negara. Ruang lingkup dalam hubungan internasional mencakup segala bentuk interaksi dan aspek- aspek internasional dalam kehidupan manusia yang meliputi aspek ekonomi, politik, sosial, budaya, kesehatan dan sebagainya.

Hubungan internasional saat ini semakin mudah dilakukan dengan kemajuan teknologi yang menandai era globalisasi. Dalam hal ini, menurut **A.G.Mc Grew** globalisasi adalah:

“globalisasi mengacu pada keseragaman hubungan dan saling keterkaitan antara negara dan masyarakat yang membentuk sistem dunia modern. Globalisasi adalah proses dimana berbagai peristiwa, keputusan dan kegiatan di belahan bumi yang satu dapat membawa konsekuensi penting bagi berbagai individu dan masyarakat di belahan bumi yang lain.”²⁰

Proses perkembangan globalisasi pada awalnya ditandai dengan kemajuan bidang teknologi informasi dan komunikasi. Bidang tersebut merupakan penggerak globalisasi. Dari kemajuan bidang ini kemudian mempengaruhi sektor-sektor lain dalam kehidupan, seperti bidang politik, ekonomi, sosial, budaya dan lain- lain. Sebagian orang menafsirkan globalisasi sebagai proses pengecilan dunia, sebagian lainnya menyebutkan bahwa globalisasi adalah upaya penyatuan masyarakat dunia dari sisi gaya hidup, orientasi, dan budaya.

¹⁹ Holsti, K. J 1987. Politik Internasional: Suatu Kerangka Analisis. Bina Cipta, Bandung, Hal.26-27.

²⁰<http://www.kajianteor.com/2015/02/pengertian-globalisasi-menurut-ahli.html>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2017

Pengertian lain dari globalisasi adalah bahwa globalisasi merupakan koneksi global ekonomi, sosial budaya dan politik yang semakin mengarah ke berbagai arah di seluruh penjuru dunia dan masuk ke dalam kesadaran kita.²¹

Menurut **Suwardi Wiriaatmadja, 1970** pengertian diplomasi sebagai berikut:

“Dalam diplomasi sendiri terdapat merupakan prosedur hubungan antar Negara yang bebas nilai dan tidak bergantung pada kemampuan serta kecakapan dari mereka yang melaksanakannya.”

Diplomasi juga dapat diartikan sebagai alat pelaksanaan dari adanya hubungan luar negeri yang mana diplomasi harus sejalan dengan politik yang digariskan oleh pemerintahnya yaitu untuk mencapai kepentingan nasional negaranya seperti kepentingan ekonomi, politik, militer, sosial dan budaya. Istilah diplomasi ini muncul setelah terjadinya perang dunia I dan II, yaitu bagaimana dunia ini dapat menciptakan suatu perdamaian dengan mengurangi konflik-konflik antar negara di dunia. Diplomasi erat hubungannya dengan hubungan antar negara, dimana diplomasi disebut sebagai seni dalam mengedepankan kepentingan suatu negara melalui negosiasi dengan cara damai dalam berhubungan dengan negara lain. Jika cara damai ini gagal untuk memperoleh tujuan yang diinginkan, maka diplomasi mengizinkan penggunaan ancaman atau kekuatan nyata sebagai cara untuk mendapatkan tujuannya.

²¹ Martin Khor, *Globalisasi dan Krisis Pembangunan Berkelanjutan*, Gramedia, Jakarta, 2005, hal 26-29.

Lalu terdapat diplomasi publik sebagai bagian dari diplomasi, Secara umum diplomasi publik dipahami sebagai suatu upaya untuk mempengaruhi publik internasional (negara lain) demi tercapainya kepentingan nasional suatu negara. Upaya ini biasanya dilakukan dengan membentuk sebuah jaringan komunikasi sebagai wadah promosi kebijakan luar negeri. Dengan dikoordinasi oleh pemerintah, pihak-pihak yang terlibat dalam upaya ini adalah non-state actors seperti NGO, media massa, kelompok masyarakat, partai politik, parlemen, individu (tokoh agama, wartawan, artis), dll. Banyak pihak melihat bahwa diplomasi publik adalah propaganda, nation-branding, atau pertukaran seni dan budaya. Namun, diplomasi publik pada hakikatnya tidak terbatas pada hal-hal tersebut tetapi mencakup kegiatan-kegiatan yang lebih luas dan lebih substantif.²²

Globalisasi dalam kebudayaan dapat berkembang dengan cepat, hal ini tentunya dipengaruhi oleh adanya kecepatan dan kemudahan dalam memperoleh akses komunikasi dan berita. Elemen interaksi yang penting dalam hubungan internasional salah satunya sosial dan budaya. Interaksi sosial sangat penting karena merupakan salah satu syarat utama terjadinya aktifitas-aktifitas sosial. Dalam hal ini juga, budaya memegang peranan penting karena interaksi sosial terjadi seringkali kesuksesannya tergantung oleh kebudayaan yang tengah berkembang.²³

²²http://www.kompasiana.com/elvnapit/diplomasi-publik-indonesia-1_54ffb66da33311776450f906 diakses pada tanggal 17 Januari 2017

²³ James Lull, *Media, komunikasi, Kebudayaan* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1997).

Kebudayaan itu sendiri menurut **E.B Taylor** dalam bukunya yang berjudul *Primitive Cultural*, adalah:

“Kebudayaan adalah kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan lahir kemampuan- kemampuan serta kebiasaan- kebiasaan yang didapatkan manusia sebagai anggota masyarakat.”²⁴

Dengan kata lain, kebudayaan mencakup semua yang dapat didapatkan atau dipelajari oleh manusia sebagai masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif. Artinya mencakup segala cara-cara atau pola berfikir, merasakan dan bertindak.²⁵

Menurut antropologi terkemuka yaitu **Melville J. Herrkovits** dan **Broinslaw Mallinowski** berpendapat bahwa:

“Cultural Determinism berarti segala sesuatu yang terdapat didalam masyarakat ditentukan adanya oleh kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat itu.”²⁶

Di dalam era globalisasi sekarang, penyebaran budaya pun menjadi lebih mudah dilakukan. Hal itulah yang kemudian memunculkan budaya populer. Menurut **Ray B. Brownie** adalah sebagai berikut:

“budaya populer adalah budaya yang ada di dunia ini, di sekeliling kita yang meliputi sikap kita, perilaku kita, bagaimana kita bertindak, apa yang kita makan, apa yang kita pakai, bangun-banguna yang ada di sekiling kita, jalan-jalan disekitar kita, apa maksud dari perjalanan kita, hiburan-hiburan kita, olahraga yang kita lakukan, politik kita, aktivitas-aktivitas kita yang

²⁴ E.B Taylor, *primitive Culture* (New York: Bretano's, 1924) hal.1

²⁵ Ibid, hlm.2

²⁶Selo Soemardjan dan Soelaeman Soemardi, *Setangkai Bunga Sosiologi Edisi Pertama*, YBPFE UI, 1946, hlm. 115

lain serta bagaimana bentuk dan cara mengontrolnya.”²⁷

Salah satu budaya populer yang dikenal di dunia ini adalah budaya Jepang. Budaya populer Jepang telah menyebarkan pengaruhnya ke dunia internasional. Produk-produk budaya populer Jepang seperti *manga* dan *anime* sudah menjadi bagian dari pola konsumsi masyarakat diberbagai belahan dunia, khususnya dikalangan generasi muda. *Manga* merupakan kata komik dalam bahasa Jepang.

“Komik adalah suatu bentuk seni yang menggunakan gambar-gambar tidak bergerak yang disusun sedemikian rupa sehingga membentuk jalinan cerita. Biasanya, komik dicetak di atas kertas dan dilengkapi dengan teks. Komik dapat diterbitkan dalam berbagai bentuk, mulai dari strip dalam koran, dimuat dalam majalah, berbentuk buku tersendiri, hingga dalam bentuk digital.”²⁸

Sedangkan menurut **Alfhzki** dalam tulisannya di *Japanesia Forum* mendefinisikan:

“Manga : adalah suatu kata yang digunakan untuk menyebut komik, dalam hal ini komik buatan Jepang. Manga mempunyai sejarah yang cukup panjang di Jepang dan juga digunakan sebagai salah satu sarana pendidikan.”²⁹

Komik sebagai media mempunyai karakteristik tersendiri. Tidak seperti halnya sastra yang hanya mengandalkan ‘kekuatan kata’, komik menggabungkan antara ‘kekuatan kata’ dan ‘kekuatan gambar’. **Eisner** dalam bukunya yang berjudul *Comics and Sequential*

²⁷<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2009/10/28/AR2009102804766.html> diakses pada tanggal 21 Januari 2017

²⁸<http://jurnal-s1.fsr.d.itb.ac.id/index.php/interior/article/view/368/0> diakses pada tanggal 21 Januari 2017

²⁹<http://japanesiaforum.forumid.net/t11-pengertian-manga> diakses pada tanggal 21 Januari 2017

Artmendefinisikan komik sebagai susunan gambar dan kata-kata untuk menceritakan sesuatu atau mendramatisasi suatu ide.³⁰

Perkembangan *manga* Jepang telah menjadi sebuah fenomena dalam perkembangan dunia komik dan animasi diseluruh dunia. *Manga* berkembang sebagai sebuah gaya gambar dan animasi yang mempunyai ciri tersendiri. Karakter yang unik dari *manga* seperti mata besar dan model rambut berwarna-warni sepertinya menjadi ketertarikan tersendiri bagi kalangan penggemar *manga*. Kajian yang lebih hebat dari *gayamanga* ini adalah sudah masuknya kajian *manga* ke wilayah budaya. *Manga* mampu mewakili budaya darimana mereka berasal, yaitu Jepang.

Apresiasi masyarakat Indonesia terhadap *manga* semakin meningkat akhir-akhir ini. *Manga* tidak hanya dibaca dan ditonton oleh anak-anak saja, bahkan orang dewasa pun menyukainya. Hal tersebut ditandai dengan maraknya *manga* yang terbit di Indonesia.

Dalam konteks ini, manusia dan kebudayaan tidak lepas dari unsur komunikasi. Komunikasi adalah bidang kajian yang meneliti feedback pesan yang disampaikan kepada khalayak, Dalam komunikasi terdapat komunikan dan komunikator. Komunikan adalah orang yang menerima pesan. Jadi dengan kata lain proses komunikasi bisa berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. **Cultip** menjelaskan bahwa:

“manajemen komunikasi adalah proses timbal balik (resiprokal) pertukaran sinyal untuk memberi

³⁰ Will Eisner, *Comics and Sequential Art*, Poorhouse Press, 1990 hal 5

informasi, membujuk atau memberi perintah, berdasarkan makna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan para para komunikator dan konteks sosialnya.” (Cultip, 2007: 225)

Dalam hal ini, komunikasi mengenal spesialisasi yakni komunikasi personal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa.³¹

Menurut **Noelle Neuwman** dalam bukunya **“Communication”**, bahwa:

“komunikasi massa adalah lawan dari komunikasi konservatif atau tatap muka, sifatnya tidak langsung dan ditunjukkan kepada khalayak yang tidak terbatas atau tersebar.”³²

Secara singkat komunikasi massa adalah komunikasi media massa, dari segala segi media, komunikasi massa lebih sempit dan publistik, namun publistik hanya berkenaan dengan pertanyaan yang bersifat publik, persuasif dan aktual.³³

Sebagai alat atau sarana menyampaikan pesan secara luas, media massa menjadi sesuatu yang dapat berguna. Dalil-dalil yang ada menyebutkan bahwa media massa bisa menjadi industri yang berkembang, alat kontrol, pengembangan dan sumber dominasi bukan saja bagi individu, tetapi juga masyarakat atau public sesuai dengan ini menurut **Jefkin, 2006:80** :

“publik adalah kelompok atau orang-orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi baik secara internal maupun eksternal”

Terkait ini, **Effendi(2002:35)** menyatakan bahwa:

³¹ James Lull, Media, komunikasi dan Budaya: Suatu Pendekatan Global, 1997, hal. 81.

³² Ibid, hal. 83.

³³ <https://www.scribd.com/doc/146725405/Komunikasi-sebagai-ilmu> diakses pada tanggal 21 Januari 2017

“Apresiasi adalah kegiatan menggauli karya sastra secara sungguh-sungguh sehingga menumbuhkan pengertian, penghargaan, kepekaan pikiran kritis, dan kepekaan perasaan yang baik terhadap karya sastra”

Selain itu batasan mengenai apresiasi yang lebih singkat dikemukakan oleh Tarigan (1985: 60-61) yang menyatakan bahwa:

“apresiasi adalah penaksiran kualitas serta pemberian nilai yang wajar terhadap sesuatu berdasarkan pengamatan dan pengalaman yang jelas dan sadar serta kritis terhadap sesuatu”

Terdapat dua macam power didalam hubungan internasional yaitu *hard power* dan *soft power*. Menurut Nye (1990) *Hard power* merupakan kekuasaan dari suatu negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya melalui kebijakan vital yang bersifat memaksa terhadap negara atau aktor lain. Pada umumnya *hard power* ditunjukkan melalui kekuatan militer dan ekonomi. Sedangkan *Soft power* merupakan:

“kekuasaan suatu negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya melalui pendekatan tanpa bersifat memaksa terhadap negara atau aktor lain, baik dengan cara mempengaruhi, ajakan bekerja sama, diplomasi atau sebagainya.”³⁴

Dalam penelitian ini akan dibahas bagaimana pengaruh masuknya budaya Jepang ke Indonesia. Yang dimaksud dengan penetrasi kebudayaan adalah masuknya pengaruh suatu kebudayaan ke kebudayaan lainnya. Penetrasi kebudayaan dapat terjadi dengan dua cara, yaitu:

Penetrasi damai adalah masuknya sebuah kebudayaan dengan jalan damai. Penerimaan kedua macam kebudayaan tersebut tidak

³⁴ Joseph S. Nye Jr., *Soft Power The Means to Success in World Politics*, (New York: Public Affairs, 2004), x

mengakibatkan konflik, tetapi memperkaya khasanah budaya masyarakat setempat. Pengaruh kedua kebudayaan ini pun tidak mengakibatkan hilangnya unsur-unsur asli budaya masyarakat. Penyebaran budaya secara damai akan menghasilkan akulturasi, asimilasi, atau sintesis.³⁵

Akulturasi adalah bersatunya dua kebudayaan sehingga membentuk kebudayaan baru tanpa menghilangkan unsur kebudayaan asli. Asimilasi adalah bercampurnya dua kebudayaan sehingga membentuk kebudayaan baru. Sedangkan Sintesis adalah bercampurnya dua kebudayaan yang berakibat pada terbentuknya sebuah kebudayaan baru yang sangat berbeda dengan kebudayaan asli.³⁶

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas penulis mencoba membuat asumsi sebagai berikut:

1. Jepang menjadikan budaya populer seperti *manga* menjadi media diplomasi publik Jepang ke negara-negara lain.
2. Jepang ingin memperluas dan memperdalam budayanya melalui *manga*. Kepentingan yang ingin dicapai Jepang melalui *manga* adalah pemulihan citra, promosi kebudayaan dan kepentingan ekonomi.
3. Penyebaran budaya populer Jepang khususnya *manga* dan *anime* mendapatkan respon positif di kalangan remaja Indonesia.

³⁵http://www.academia.edu/11365602/Penetrasi_kebudayaan diakses pada tanggal 22 Januari 2017

³⁶ Ibid

4. Terjadinya akulturasi budaya Jepang akibat dari penyebaran budaya populer Jepang.

2. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran dan permasalahan diatas, maka penulis mencoba membuat dan merumuskan hipotesis. Hipotesis dapat diartikan sebagai dugaan awal atau jawaban sementara terhadap permasalahan. Berdasarkan hal tersebut maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

“Jepang menjadikan budaya populer *manga* dan *anime* sebagai *soft power* dalam diplomasi publiknya yang diapresiasi dengan baik oleh Indonesia dengan terbangunnya citra positif di kalangan masyarakat.”

3. Operasional indikator dan variabel

Tabel 1.1. Tabel Operasional Variabel

Variabel (teoritik)	Indikator (empirik)	Verifikasi (analisis)
Variabel bebas: Jika Jepang menggunakan budaya populer manga sebagai soft power	1. Penyebaran budaya populer Jepang khususnya <i>manga</i> . 2. Manga sebagai alat diplomasi publik Jepang.	1. Diterbitkan & dijual berbagai <i>manga</i> Jepang oleh penerbit Indonesia seperti m&c Comics, Elex Media Koputindo. http://el

	<p>3. Penyelenggara an event kebudayaan Jepang.</p> <p>4. Manga sebagai salah satu strategi “Cool Japan”</p>	<p>exmedia.id/users/el_ex_media_komputindo</p> <p>2. Pelantikan Doraemon sebagai duta budaya diplomasi Jepang pada tanggal 19 Maret 2008.</p> <p>http://www.id.emb-japan.go.jp/news08_23.html.</p> <p>3. Jak-Japan</p> <p>Matsuridiadakan setiap tahun sejak 2009 setiap bulan September.</p> <p>jakjapanmatsuri.com/</p> <p>Nihon no Matsuri diadakan setiap tahun sejak 2007.</p> <p>https://id.wikipedia</p>
--	--	--

		<p>.org/wiki/Nihon_n o_Matsuri Indonesia bergabung dengan World Cosplay Summit sejak 2012 sampai sekarang. https://www.kaorinusantara.or.id/newsline/56360/5-tahun-indonesia-di-world-cosplay-summit</p> <p>4. 16 September 2016 lembaga Anime Tourist Association (ATA) mencanangkan program untuk mengintegrasikan dunia pariwisata mereka dengan industri anime dan manga.</p>
--	--	---

		https://animetourism88.com
Variabel terikat: Masyarakat tertarik dan meminati budaya Jepang	<p>5. Munculnya komikus Indonesia, penerbit <i>manga</i> Indonesia dan event <i>manga</i> di Indonesia.</p> <p>6. Munculnya minat masyarakat yang ingin mempelajari kebudayaan Jepang.</p> <p>7. munculnya berbagai toko yang menjual berbagai produk khas Jepang.</p>	<p>1. Pelaksanaan International Manga Award. Muhammad Fathanatul Haq, Ockto Baringbing dari Indonesiamemenangkan silver award (2012). https://en.wikipedia.org/wiki/International_Manga_Award re:ON Comics, Line WebToon, Ngomik.com, KKPK (Muffin Grapics) dari Mizan sebagai salah satu sarana</p>

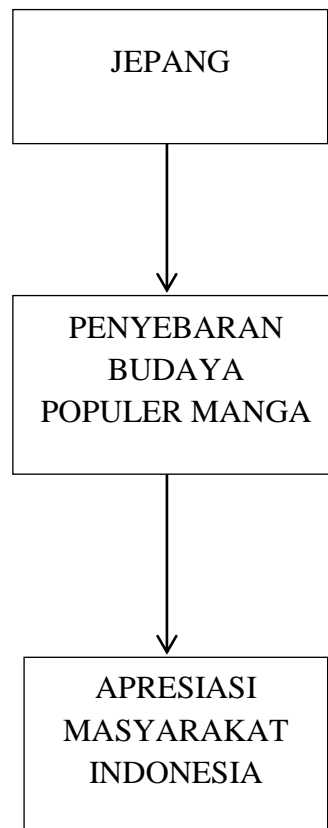
		<p>penerbit bagi komikus Indonesia.</p> <p>https://infindonesia.blogspot.co.id/2015/12/terbitkan-komikmu-di-5-penerbit-komik.html</p> <p>ComicFest ID 2016 diadakan tanggal 28-29 Mei 2016 di Smesco UKM, Jakarta.</p> <p>http://www.comicfest.id/</p> <p>5. Diadakan sarana pertukaran pelajar Jepang seperti the Japan foundation.</p> <p>data The Japan Foundation, pada tahun 2006 sebanyak 2,98 juta</p>
--	--	---

		<p>orang yang mempelajari Jepang (bahasa, budaya dan wilayah), naik sebanyak 26,5 persen dari tahun 2003.https://www.jp.go.jp/e/about/jfic/lib/link/jakarta.html</p> <p>6. Tersebar nya restoran yang menyediakan berbagai menu makanan khas Jepang seperti <i>Ramen Ippudo, Sushitei, Hanamasa, Roppa</i> dll.</p> <p>https://wolipop.detik.com/read/2012/07/10/151908/196</p>
--	--	--

		<p>2119/856/9- restoran-khas- jepang-yang- terkenal-di- indonesia</p> <p>UNIQLO yang didirikan sejak 2 September, 1974 brand Jepang dalam bidang perencanaan produk, produksi, distribusi pakaian kasual.</p> <p>www.uniqlo.com/i d</p>
--	--	---

4. Skema Kerangka Teoritis

Adapun skema kerangka teoritis penelitian “Diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia melalui budaya populer *manga*.” Sebagai berikut:



E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1. Tingkat Analisis

Dalam menganalisis data yang diperoleh, peneliti akan menggunakan teknik analisis secara deskriptif kualitatif yakni data yang diperoleh akan dianalisis dan disajikan dalam bentuk kata-kata lisan maupun tertulis. Teknik ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta-fakta dan data-data yang diperoleh, serta hasil-hasil penelitian baik dari hasil studi lapang maupun studi literatur untuk kemudian memperjelas gambaran hasil penelitian.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Metode penelitian deskriptif, yaitu metode yang digunakan didalam penelitian yang memberikan gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Penulis menggambarkan bahwa didalam penerapan metode ini tidak terbatas pada pengumpulan data, namun meliputi analisis dan imterpretasi tentang arti data tersebut.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penulisan ini memakai Teknik Studi Kepustakaan (library research), yakni meneliti dan mengumpulkan data serta informasi berdasarkan

penelaahan literatur baik itu data yang bersumber dari buku, jurnal, berita dari surat kabar atau dokumen-dokumen yang berhubungan dengan masalah atau peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

F. Lokasi dan Lamanya Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Guna memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis merencanakan akan melaksanakan penelitian di beberapa tempat yaitu sebagai berikut:

- a. Perpustakaan FISIP UNPAS Jl. Lengkong Besar no. 68, Bandung, Jawa Barat 40261
- b. Perpustakaan UNIKOM Jl. Dipatiukur no. 112-116, Coblong, Lebakgede, Bandung, Jawa Barat 40132
- c. Perpustakaan UPI Jl. Dr. Setiabudhi 229, Isola, Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154
- d. Perpustakaan Widyatama Jl. Cikutra No.204A, Sukapada, Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40125
- e. Badan Perpustakaan Dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat Jl. Kawalayaan Indah II No. 4, Sukapura, Kiaracandong, Kota Bandung, Jawa Barat 40286

G. Sistematika Penulisan

Pada **BAB I** berisikan pendahuluan yang menguraikan Latar belakang Penelitian, Identifikasi Masalah, Pembatasan dan Perumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kerangka Teoritis dan Hipotesis, Operasional Variabel dan Indikator, Metode dan Teknik Pengumpulan Data, Tingkat Analisis, Sumber Data, Waktu dan Lokasi Penelitian, Jadwal dan Kegiatan Penelitian serta Sistematika Penulisan.

Pada **BAB II** ini akan membahas uraian dan informasi mengenai tema yang dijadikan variabel bebas, yaitu konsep yang menjelaskan dan meramalkan masalah tersebut. Adapun yang menjadi fokus penulis mengenai budaya populer manga di Indonesia.

Pada **BAB III** ini berisi uraian atau informasi mengenai masalah yang menjadi variabel terikat yaitu konsep yang hendak dijelaskan kejadiannya dan terjadi akibat variabel lain. Adapun yang menjadi fokus perhatian adalah mengenai tujuan Jepang menjadikan budaya populer manga sebagai alat diplomasi publik.

Dalam **BAB IV** ini berisi pembahasan, serta analisa tentang penyebaran budaya Jepang melalui serta pengaruhnya terhadap masyarakat Indonesia.

Dalam **BAB V** ini akan memaparkan beberapa kesimpulan atau hasil yang telah didapatkan.

