

## ABSTRAK

Peran Jepang dalam membangun suatu *image* positif dengan melakukan *branding* pada negaranya di Asia Timur menjadi salah satu bentuk tantangan yang terus berkiprah dilakukan untuk mengembangkan strategi berdiplomasi hingga tersohor di level internasional, salah satunya Indonesia. Semua bermula dari adanya *Cool Japan Initiative* atau sebuah istilah yang muncul karena banyaknya penyebaran budaya Jepang dimana hal itu menjadi salah satu upaya Jepang dalam mempertahankan *image* positifnya terhadap identitas *branding* yang dibawakan oleh Jepang. *Cool Japan* sendiri merupakan sebuah bentuk dukungan program strategi yang dipangku oleh pemerintahan Jepang dalam mengutamakan sektor hiburan yang banyak diiniasi oleh ide kreatifitas yang tinggi. Setelah munculnya *Cool Japan* ini, kebudayaan Jepang semakin berkembang pesat.

Adapun kajian dari penulisan penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana upaya Jepang yang dilakukan terhadap Indonesia melalui persebaran diplomasi budaya populer seperti *anime*, *manga*, dan *fashion* dimana hal itu dimuat dalam artikel web yang dirilis METI tahun 2012, dijelaskan bahwa *manga*, *anime*, dan *fashion* termasuk ke dalam kategori budaya pop Jepang. Hal ini dapat membantu Jepang dapat mereposisi ekonomi sehingga mengutamakan penyebaran kebudayaan nasional Jepang dengan terus memperkenalkan konsep kebijakan luar negeri *Cool Japan Initiative*. Dengan begitu, masyarakat Indonesia yang menjadi target penyebaran budaya Jepang, akan lebih menerima dan menjadi konsumen yang menggemari konten kreatif Jepang sehingga hal tersebut akan melahirkan dampak positif terhadap apresiasi-apresiasi atas tindakan Jepang dalam mempopulerkan budayanya di Indonesia.

Metode yang diaplikasikan pada penelitian ini menggunakan Deskriptif-Kualitatif menurut Kristanto yang dimana metode ini diterapkan untuk menganalisis sebuah peristiwa secara objektif dan sistematis yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, mengevaluasi, memvalidasi, dan memadukan bukti-bukti untuk menjabarkan fakta-fakta dan memperoleh konklusi secara aktual.

Bentuk upaya-upaya *nation branding* yang disalurkan Jepang terhadap Indonesia dengan mendirikan beberapa program yang bertajukkan kebudayaan Jepang seperti festival, *Cool Japan Fund*, dan *event* lainnya untuk lebih menarik perhatian, daya tarik, dan apresiasi yang dapat dikonsumsi secara baik oleh masyarakat Indonesia dimana hal itu selalu diharmonisasikan oleh nilai-nilai budaya Jepang lainnya yang menjadi dimensi identitas Jepang serta agar dapat mencapai target-target *Cool Japan Initiative* yang diinginkan.

**Kata Kunci:** *Cool Japan, Diplomasi Budaya, Soft Power, Nation Branding*

## **ABSTRACT**

*Japan's role in building a positive image by branding its country in East Asia is a form of challenge that continues to take part in developing diplomatic strategies to be famous at the international level, one of which is Indonesia. It all started with the Cool Japan Initiative or a term that emerged due to the spread of Japanese culture where it became one of Japan's efforts to maintain a positive image of the branding identity carried by Japan. Cool Japan itself is a form of strategic programme support held by the Japanese government in prioritising the entertainment sector which is initiated by high creativity ideas. After the emergence of Cool Japan, Japanese culture is growing rapidly.*

*The study of this research writing is aimed at knowing and analysing how Japan's efforts are made towards Indonesia through the spread of popular culture diplomacy such as anime, manga, and fashion where it is published in a web article released by METI in 2012, explained that manga, anime, and fashion are included in the category of Japanese pop culture. This can help Japan reposition its economy so that it prioritises the spread of Japanese national culture by continuing to introduce the Cool Japan Initiative foreign policy concept. By doing so, the Indonesian people, who are the target of the spread of Japanese culture, will be more accepting and become consumers who enjoy Japanese creative content so that it will have a positive impact on the appreciation of Japan's actions in popularising its culture in Indonesia.*

*The method applied in this research uses Descriptive-Qualitative according to Kristanto where this method is applied to analyse an event objectively and systematically which is done by collecting, evaluating, validating, and combining evidence to describe the facts and obtain actual conclusions.*

*The form of nation branding efforts that Japan has channeled towards Indonesia by establishing several programs that showcase Japanese culture such as festivals, Cool Japan Fund, and other events to attract more attention, attraction, and appreciation that can be consumed properly by the Indonesian people where it is always harmonised by other Japanese cultural values that become dimensions of Japanese identity and in order to achieve the desired Cool Japan Initiative targets.*

**Key Words: Cool Japan, Cultural Diplomacy, Soft Power, Nation Branding**

## RINGKESAN

*Peran Jepang dina ngawangun citra positif ku cara branding nagarana di Asia Wetan mangrupa wujud tantangan anu terus ilubiung dina ngamekarkeun stratégi diplomatik sangkan kasohor di tingkat internasional, salah sahijina nyaéta Indonésia. Dimimitian ku Cool Japan Initiative atawa istilah anu muncul alatan sumebarna budaya Jepang anu jadi salah sahiji usaha Jepang pikeun ngajaga citra positif tina identitas branding anu dibawa Jepang. Cool Japan sorangan mangrupa wujud pangrojong program strategis anu aya dina panangan pamaréntah Jepang dina ngutamakeun séktor hiburan anu digagas ku ide-ide kreatif anu luhur. Sanggeus mecenghulna Cool Japan, budaya Jepang ngembang pesat.*

*Sedengkeun pikeun ulikan nulis ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun mikanyaho jeung nganalisis kumaha usaha Jepang dilaksanakeun ka Indonésia ngaliwatan sumebarna diplomasi budaya populér saperti anime, manga, jeung fashion nu aya dina artikel wéb anu dikaluarkeun ku METI taun 2012. dipedar yén manga, anime, jeung fashion kaasup kana kategori budaya pop Jepang. Ieu bisa mantuan Jepang reposisi ékonomi na sangkan prioritas sumebarna budaya nasional Jepang ku neruskeun ngawanohkeun konsep kawijakan luar nagri Cool Japan Initiative. Ku cara kitu, masarakat Indonésia anu jadi udagan pikeun nyebarkeun budaya Jepang bakal leuwih narima jeung jadi konsumen anu resep kana eusi kréatif Jepang, sangkan méré pangaruh positif kana aprésiasi kana lambah Jepang dina ngamumulé budayana di Indonésia.*

*Métode anu digunakeun dina ieu panalungtikan ngagunakeun métode déskriptif-kualitatif numutkeun Kristanto dimana métode ieu dilarapkeun pikeun nganalisis hiji kajadian sacara objéktif jeung sistematis anu dilaksanakeun ku cara ngumpulkeun, ngaévaluasi, ngavalidasi, jeung ngahijikeun bukti-bukti pikeun ngadéskripsikeun fakta jeung meunangkeun kacindekan anu sabenerna.*

*Wangun usaha nation branding anu disalurkeun Jepang ka Indonésia nyaéta ku cara ngadegkeun sababaraha program anu bertema kabudayaan Jepang saperti festival, Cool Japan Fund, jeung acara-acara séjénna sangkan leuwih narik perhatian, daya tarik, jeung aprésiasi anu bisa dikonsumsi ogé ku masarakat Indonésia. jalma dimana hal eta salawasna harmonis ku nilai budaya Jepang lianna nu mangrupikeun diménsi identitas Jepang sarta dina raraga ngahontal target Cool Japan Initiative nu dipikahoyong.*