

**STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA JEPANG DALAM  
MEMPERTAHANKAN DOMINASI PASAR EKONOMI DI INDONESIA**



**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana pada Departemen  
Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Hasanuddin*

**OLEH:**

**WAFIQAH AZZAHRAH FARID**

**E061181516**

**DEPARTEMEN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2022**

**HALAMAN JUDUL**

**STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA JEPANG DALAM**  
**MEMPERTAHANKAN DOMINASI PASAR EKONOMI DI INDONESIA**

**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana pada Departemen  
Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Hasanuddin*

**OLEH:**

**WAFIQAH AZZAHRAH FARID**

**E061181516**

**DEPARTEMEN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA JEPANG DALAM  
MEMPERTAHANKAN DOMINASI PASAR EKONOMI DI  
INDONESIA

N A M A : WAFIQAH AZZAHRAH FARID

N I M : E061181516

DEPARTEMEN : ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Makassar, 18 Oktober 2022




Mengetahui :

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
Seniwati, S.Sos, M.Hum, Ph.D  
NIP. 197602022000122003

  
Pusparia Syahdan, S.Sos, M.Si  
NIP. 197101092008012005

Mengesahkan :  
Ketua Departemen Ilmu Hubungan Internasional,  
  
Drs. H. Darwis MA., Ph.D.  
NIP. 196201021990021003



## HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

JUDUL : STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA JEPANG DALAM  
MEMPERTAHANKAN DOMINASI PASAR EKONOMI DI  
INDONESIA

N A M A : WAFIQAH AZZAHRAH FARID

N I M : E061181516


DEPARTEMEN : ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL


FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

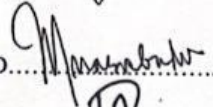
Telah diterima oleh Tim Evaluasi Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Departemen Ilmu Hubungan Internasional pada hari Senin, 17 Oktober 2022.

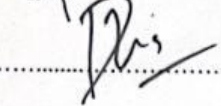


Ketua : Seniwati, S.Sos, M.Hum, Ph.D ..... 

Sekretaris : Abdul Razaq Z Cangara, S.IP, M.Si, MIR ..... 

Anggota : 1. Drs. Munjin Syafik Asy'ari, M.Si ..... 

2. Muh. Nasir Badu, S.Sos, M.Hum, Ph.D ..... 

3. Pusparida Syahdan, S.Sos, M.Si ..... 

DEPARTMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL FISIP UNHAS

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wafiqah Azzahrah Farid  
NIM : E061181516  
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional  
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul:

***“Strategi Diplomasi Budaya Jepang dalam Mempertahankan Dominasi  
Pasar Ekonomi di Indonesia”***

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambil alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain kecuali kutipan dari ringkasan yang setiap salah satunya telah saya jelaskan sumbernya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 19 Oktober 2022

Yang Menyatakan:



Wafiqah Azzahrah Farid

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan Syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah melimpahkan karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul “Strategi Diplomasi Budaya Jepang dalam Mempertahankan Dominasi Pasar Ekonomi di Indonesia” dapat terselesaikan sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Skripsi ini juga merupakan salah satu bentuk kontribusi penulis sesuai dengan bidang keilmuan dan memberikan informasi terutama berkaitan dengan strategi diplomasi budaya Jepang dalam mempertahankan pasarnya di Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, serta adanya kendala-kendala yang dialami oleh penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Skripsi ini juga tentunya masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik serta saran yang membangun dari para pembaca tentunya sangat diperlukan agar kedepannya penulis dapat menghasilkan tulisan yang lebih baik lagi dan juga dapat memberikan manfaat yang besar bagi para pembaca.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada keluarga besar, khususnya mama, bapak, serta kakakku tersayang yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi dan juga doa yang sangat

membantu kelancaran penyusunan skripsi ini. Dalam penulisan skripsi ini, tentunya hadir pula berbagai bantuan, doa, dukungan, nasihat, maupun motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Rektor Universitas Hasanuddin, Bapak Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc., beserta jajarannya.
2. Ketua Departemen Ilmu Hubungan Internasional, Bapak H. Darwis, MA, Ph.D.
3. Ibu Seniwati, S.Sos, M.Hum, Ph.D selaku dosen pembimbing akademik serta dosen pembimbing I dan Ibu Pusparida Syahdan, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan banyak masukan dan ilmu yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Seluruh dosen Departemen Ilmu Hubungan Internasional tanpa terkecuali yang telah memberikan ilmu yang luar biasa kepada penulis selama masa perkuliahan berlangsung dan juga seluruh staff Departemen Ilmu Hubungan Internasional yang telah membantu penulis dalam mengurus berkas akademik selama proses perkuliahan berlangsung hingga turut membantu dalam persiapan ujian penulis.
5. Pak Herman dan Pak Sutamin selaku pegawai bagian akademik fakultas ilmu sosial dan ilmu politik yang senantiasa memberikan

semangat, motivasi, dan juga banyak bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Ripaldi dan Muhammad Naufal Munadi selaku teman baik penulis yang selalu memberikan dukungan berupa bantuan, semangat, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini, serta menjadi pendengar yang baik dengan segala keluh kesah yang dirasakan penulis selama proses penyusunan skripsi.
7. Jantung (Dwiyana Aulia, Rini Dwi Ariyani, Nurul Rasbil) yang selalu menjadi sosok seperjuangan selama masa perkuliahan dan selalu meluangkan waktunya selama masa perkuliahan hingga ujian akhir. Terima kasih sudah menjadi pendengar yang baik di setiap keluh kesah yang dirasakan penulis selama masa perkuliahan dan selalu memberikan dukungan, motivasi, maupun semangat dalam penyusunan skripsi.
8. Rekan-rekan Reforma 2018 yang ikut membantu penulis selama proses perkuliahan berlangsung, terutama Andi Wingky Septiawanda, Rahmat Riyadi, Yudi Fauzan Jati, dan Suci Lestari yang telah memberikan dukungan serta bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
9. Athirah's Story (Afra Maghfira Nurham, Ririn Safitri, Tafdilah Ilinniza, SeptiDwi Cahyani) yang selalu memberikan dukungan, bantuan, serta semangat kepada penulis selama masa perkuliahan



hingga ujian skripsi. Terima kasih juga kepada Fitriani dan Nur Anisa selaku teman serumah yang selalu berbagicerita tentang dunia perkuliahan dan mendengar keluh kesah penulis dari awal proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini

Penulis mengucapkan permohonan maaf apabila masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Semoga kedepannya penulis dapat tetap berkontribusi dan menghasilkan penelitian yang lebih baik dari sebelumnya. Akhir kata penulis kembali mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Makassar, 19 Oktober 2022

Penulis

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi Jepang pasca perang dunia kedua yang mulai kehilangan pengaruhnya dalam bidang militer. Meskipun demikian, tidak bisa dipungkiri bahwa Jepang memiliki kekuatan di sisi kebudayaan negaranya. Diplomasi budaya inilah yang dimanfaatkan Jepang untuk membangun dan mempertahankan hubungannya dengan negara lain, termasuk di Indonesia. Diplomasi budaya yang dilakukan Jepang ini ditujukan untuk mempertahankan pasar ekonominya di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi diplomasi budaya Jepang, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan diplomasi budaya Jepang dalam mempertahankan pasar ekonominya di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data *library research* melalui berbagai sumber bacaan seperti buku, jurnal, berita, serta sumber lain yang memiliki kredibilitas dan berhubungan dengan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan konsep *soft power* untuk melihat strategi diplomasi budaya Jepang dalam mempertahankan pasar ekonominya di Indonesia. Penelitian ini juga menggunakan konsep diplomasi budaya untuk menganalisis peluang dan tantangan pelaksanaan diplomasi Jepang dalam mempertahankan pasar ekonominya di Indonesia. Hasil dari penelitian ini adalah strategi Jepang untuk mempertahankan pasar ekonominya di Indonesia adalah dengan melalui kebudayaan Jepang dalam membangun *national branding* di Indonesia dan kebijakan luar negeri Jepang untuk mempertahankan pasar di Indonesia. Adapun peluang diplomasi budaya Jepang di Indonesia dapat dilihat dari partisipasi aktif dari aktor Jepang, tujuan diplomasi budaya yang kuat, dan kegiatan-kegiatan yang membangun kedekatan dengan Indonesia. Sedangkan, tantangan diplomasi budaya Jepang di Indonesia adalah kehadiran budaya Korea Selatan di Indonesia yang juga menjamur di Indonesia. Sebagai kesimpulan, Jepang memanfaatkan kekuatan budaya yang dimiliki negaranya untuk melakukan pendekatan ke Indonesia dalam rangka mempertahankan pasarnya di Indonesia. Hal ini tercermin dari langkah-langkah diplomasi budaya yang dilakukan Jepang terhadap Indonesia untuk menjalin kedekatan dengan Indonesia dan membangun *nation branding*-nyadi Indonesia.

Kata Kunci : Strategi, Diplomasi Budaya, Pasar, Jepang, Indonesia.

## **ABSTRACT**

This research is motivated by the condition of Japan after the second world war which began to lose its influence in the military field. However, it is undeniable that Japan has strength in terms of its country's culture. This cultural diplomacy is used by Japan to build and maintain relations with other countries, including Indonesia. The cultural diplomacy carried out by Japan is aimed at maintaining its economic market in Indonesia. The purpose of this study is to analyze the Japanese cultural diplomacy strategy, as well as identify the opportunities and challenges of Japanese cultural diplomacy in maintaining its economic market in Indonesia. The method used in this study is a qualitative research method with library research data collection techniques through various reading sources such as books, journals, news, and other sources that have credibility and are related to this research. This study uses the concept of soft power to see the Japanese cultural diplomacy strategy in maintaining its economic market in Indonesia. This study also uses the concept of cultural diplomacy to analyze the opportunities and challenges of implementing Japanese diplomacy in maintaining its economic market in Indonesia. The result of this research is that Japan's strategy to maintain its economic market in Indonesia is through Japanese culture in building national branding in Indonesia and Japanese foreign policy to maintain the market in Indonesia. The opportunities for Japanese cultural diplomacy in Indonesia can be seen from the active participation of Japanese actors, strong cultural diplomacy goals, and activities that build closeness with Indonesia. Meanwhile, the challenge of Japanese cultural diplomacy in Indonesia is the presence of South Korean culture in Indonesia which is also mushrooming in Indonesia. In conclusion, Japan uses the cultural strength of its country to approach Indonesia in order to maintain its market in Indonesia. This is reflected in the cultural diplomacy steps taken by Japan towards Indonesia to establish closeness with Indonesia and build its nation branding in Indonesia.

**Keywords :** Strategy, Cultural Diplomacy, Market, Japan, Indonesia.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR GRAFIK .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
D. Kerangka Konseptual .....	6
E. Metode Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Konsep Soft Power .....	12
B. Konsep Diplomasi Budaya.....	16
BAB III GAMBARAN UMUM.....	25
A. Gambaran Umum mengenai Sejarah Diplomasi Budaya Jepang .....	25
B. Perkembangan Hubungan Bilateral Jepang dan Indonesia.....	45
C. Perekonomian Jepang dalam pasar Indonesia .....	51
BAB IV ANALISIS STRATEGI DIPLOMASI BUDAYA JEPANG DALAM MEMPERTAHANKAN DOMINASI PASAR EKONOMINYA DI INDONESIA	58
A. Strategi diplomasi budaya Jepang dalam mempertahankan dominasi pasar ekonomi di Indonesia .....	61
B. Peluang dan Tantangan diplomasi budaya Jepang dalam mempertahankan dominasi pasar ekonomi di Indonesia .....	73
BAB V PENUTUP .....	86

A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Persentase Jumlah Restoran Menurut Jenis Masakan Utama pada Tahun 2013-2015.....	33
Tabel 2 Anime Paling Populer di (Hampir) Setiap Negara.....	39
Tabel 3 Persentase Anime yang paling sering ditonton oleh Masyarakat Indonesia..	40
Tabel 4 Realisasi Investasi Penanaman Modal Luar Negeri Menurut Negara tahun 2019-2021 .....	54
Tabel 5 Neraca Perdagangan beberapa Negara.....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Negara dengan Jumlah Penonton K-Pop Tertinggi Tahun 2019 .....	32
Gambar 2 Jokowi dan Presiden Menteri Jepang Shinzo Abe .....	46
Gambar 3 Japan Foundation Jakarta .....	49
Gambar 4 Menlu Jepang Yoshimasa Hayashi dengan Menlu Indonesia Retno .....	50

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Opinion Polls tentang Ketertarikan Masyarakat Indonesia terhadap Budaya Jepang.....	30
Grafik 2 Minat Pencarian Web dari Kata Kunci K-Pop, K-Drama, Budaya Korea, dan Korea Selatan di Indonesia.....	36
Grafik 3 Tren Budaya Populer Jepang di Indonesia Tahun 2013-2019.....	41
Grafik 4 Persentase Jenis Film yang disukai Masyarakat Indonesia Tahun 2022 .....	42
Grafik 5 Ini 5 Negara Investor Asing Terbesar Indonesia di Kuartal II 2022 .....	57



## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Jepang merupakan sebuah negara maju dalam berbagai bidang, melalui perkembangannya kemajuan negara tersebut tentunya tidak terlepas dari kebudayaan yang dimiliki. Selain itu, Jepang merupakan negara yang begitu terkenal dalam dunia internasional akan diplomasi budayanya. Pasca perang dunia kedua, negara Jepang telah kehilangan kekuatannya sebagai salah satu negara adidaya pada bidang militer. Selain itu, negara Jepang juga menjadi negara yang bercitra buruk pasca terjadinya perang duniakedua. Hal ini dikarenakan terdapat upaya kolonialisasi sehingga dapat menyebabkan negara Jepang kesulitan dalam mengembalikan kondisi ekonomi negaranya yang hancur pasca terjadinya perang tersebut. Ketegangan ekonomi yang terjadi pada negara Jepang juga dapat mendorong negaranya dalam mengubah image negaranya menjadi jauh lebih baik dari pandangan negara-negara lain, termasuk Indonesia guna dapat mempermudah revitalisasi ekonominya (Purba, 2021). Hal ini berangkat dari Jepang ingin memperbaiki citra buruknya menjadi citra yang baik dimata negara-negara lain, termasuk Indonesia pasca terjadinya perang dunia kedua.

Terkait dengan budaya Jepang, hal tersebut berangkat dari sebuah peristiwa yang dikenal dengan restorasi meji yang diidentifikasi sebagai era perubahan besar bagi politik, ekonomi, dan sosial Jepang (Kemala, 2018). Munculnya restorasi Meji di Jepangakhirnya membuat masyarakat untuk terus mengeksplorasi dan mengembangkan kemampuannya untuk terus berkarya dan tumbuh.

Realitasnya saat itu bangsa Jepang telah ketinggalan jauh dengan bangsa lain sehingga mereka membuat daftar kekurangan bangsa Jepang untuk diperbaiki. Oleh karena itu, reformasi total di segala lini kehidupan pun dilakukan (Sudarsih, 2019). Dengan adanya perubahan tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini Jepang telah bangkit dan dapat tampil dalam kancah internasional. Hal tersebut selaras dengan Jepang yang memiliki budaya tradisional yang tergolong masih kental dan menggunakan sumberdaya tersebut sebagai instrumen diplomasi untuk meningkatkan pengaruh politik sekaligus keuntungannya ekonominya (Stanislaus, 2018). Dengan budaya tradisional yang masih kental dalam masyarakat Jepang serta fokus dari program pemerintah Jepang, eksistensi budaya Jepang di luar negeri dapat termaksimalisasikan dengan baik melalui diplomasi budaya yang dilakukannya.

Dalam buku panduan diplomasi budaya (*Diplomatic Bluebook*) yang dijadikan acuan oleh Jepang, diplomasi budaya dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan citra baik Jepang di negara asing, mendorong nilai produk-produk nasional Jepang, dan menjalin hubungan persahabatan dengan individu-individu maupun kelompok-kelompok sehingga mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang Jepang (Kishida, 2017). Dengan acuan yang ada, maka Jepang dapat merumuskan dan mengimplementasikan diplomasi budaya yang telah dibuat sebelumnya serta dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Jepang bahkan mempertahankan dominasi ekonominya di luar negeri.

Untuk merealisasikan hal tersebut, Jepang harus mempertahankan hubungan luar negerinya dengan negara-negara lain serta membangun citra yang baik dengan mereka, salah satunya melalui diplomasi budaya. Pentingnya diplomasi budaya juga untuk mempererat hubungan dan mengembangkan saling ketergantungan antar negara serta menjadi landasan netral bagi rekonsiliasi ketika jalur diplomatik sedang bermasalah (Viartasiwi et al., 2020). Dalam hal ini diplomasi budaya dapat digunakan dalam meningkatkan kerja sama sosial budaya serta membangun hubungan mutualisme yang lebih baik bagi kedua belah pihak. Adapun salah satu negara yang memiliki hubungan kerja sama yang baik dengan Jepang adalah Indonesia.

Dengan kekalahan Jepang pasca terjadinya perang dunia kedua seluruh bidang ekonomi Jepang sangat mengalami kemerosotan dan citra Jepang di mata dunia terutama di Asia sudah sangat buruk dan dengan keterpurukan yang dialami, Jepang mengambil tindakan dalam memulai suatu perekonomian negara. Sebagaimana diketahui sebelumnya bahwa Jepang merupakan salah satu negara yang dikenal memiliki diplomasi budaya yang kuat. Upaya suatu negara untuk merealisasikan diplomasi budaya pun lahir dari kepentingan nasional suatu negara sehingga diperlukan sebuah strategi agar tujuan dari diplomasi budaya negara tersebut dapat terealisasikan, termasuk Jepang. Adapun beberapa hal yang dimiliki Jepang sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi peluang diplomasi budaya Jepang itu sendiri yaitu potensi budayanya yang cukup kuat dan dikenal luas secara Internasional, serta keragaman dan keunikan budaya nasional Jepang.

Dengan demikian, Indonesia memahami bahwa Jepang ialah negara yang mempunyai kekuatan ekonomi yang tinggi sehingga negara ini dapat dikatakan sebagai mitra dagang dari Indonesia itu sendiri, begitu pula dengan negara Jepang bahwa ia menyadari Indonesia merupakan negara mitra dagangnya. Kemudian di tahun 2008 merupakan tahun persahabatan antara Jepang dan Indonesia, dimana dalam hal ini ialah peringatan 50 tahun selama terjalannya hubungan kerja sama antara kedua negara tersebut.

Terjadinya peringatan pada tahun tersebut, telah diselenggarakan pula berbagai kegiatan di berbagai bidang, misalnya kebudayaan, pendidikan, serta ekonomi. Hal ini bertujuan guna memperluas pertukaran antara masyarakat Jepang dengan Indonesia (Purba, 2021). Dengan kerja sama yang telah lama dilakukan maka tidak dapat dipungkiri bahwa Jepang tentu memiliki pasarnya di Indonesia, maka penulis tertarik untuk menganalisis lebih dalam mengenai “Strategi diplomasi budaya Jepang dalam mempertahankan dominasi pasar ekonomi di Indonesia”.

## **B. Batasan dan Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis akan membatasi penelitian dimana dominasi pasar ekonomi yang dimaksudkan adalah pasar Jepang mengenai budaya yang dimiliki oleh Jepang yang sudah meluas di Indonesia yakni anime dengan produk makanan asal Jepang. Berdasarkan pembahasan yang penulis telah uraikan dalam latar belakang dan batasan masalah, maka rumusan masalah yang diangkat penulis adalah sebagai berikut:

- a) Bagaimana strategi diplomasi budaya Jepang dalam mempertahankan dominasi pasar ekonomi Jepang di Indonesia?
- b) Bagaimana peluang dan tantangan diplomasi budaya Jepang dalam mempertahankan dominasi pasar ekonomi Jepang di Indonesia?

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### 1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang diharapkan dari penulisan adalah sebagai berikut.

- a) Untuk menganalisis strategi diplomasi budaya Jepang dalam mempertahankan dominasi pasar ekonomi Jepang di Indonesia.
- b) Untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan diplomasi budaya Jepang dalam mempertahankan dominasi pasar ekonomi Jepang di Indonesia.

#### 2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan dari penulisan adalah sebagai berikut.

- a) Bagi pemerhati isu ekonomi dan diplomasi budaya Jepang, penelitian ini diharapkan bisa menambah pemahaman mengenai strategi diplomasi budaya Jepang dalam mempertahankan dominasi pasar ekonomi Jepang di Indonesia.
- b) Bagi akademisi, penulis berharap hasil penelitian ini dapat menjadi informasi dan referensi bagi mahasiswa Ilmu Hubungan Internasional yang membahas terkait strategi diplomasi budaya Jepang dalam mempertahankan dominasi pasar ekonomi Jepang di Indonesia.

#### **D. Kerangka Konseptual**

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, penulis akan menggunakan Konsep *Soft Power* dan Konsep Diplomasi Budaya.

##### **1. Konsep *Soft Power***

Menurut Yanyan & Elnovani, *Soft Power* adalah kemampuan suatu negara untuk mempengaruhi pihak lain dengan menggunakan daya tarik, bukan menggunakan penekanan atau pemaksaan seperti yang terjadi di masa-masa sebelumnya (Yani & Lusiana, 2018). Dalam hal ini, dapat dimaknai bahwa *soft power* adalah sebuah kekuatan yang dilakukan oleh suatu negara untuk mempengaruhi negara lain dengan tidak menggunakan cara paksaan maupun kekerasan.

Menurut Nye pada tahun 2008, *Soft power* terdiri dari unsur-unsur kebudayaan, sistem nilai dan kebijakan luar negeri (Nye, 2008). Kebudayaan (*culture*) dibagi menjadi dua yakni *high culture* (seni, literatur, dan sebagainya) dan *pop culture* (*mass entertainment*/produksi hiburan massal). Nilai (*values*) merupakan hal abstrak namun dapat dilihat dari perilaku seorang pemimpin, juga nilai yang berkembang di masyarakat negara terhadap respons baik/buruknya sesuatu. Inti dari *soft power* adalah eksplorasi kekuatan-kekuatan kebudayaan suatu bangsa yang bersifat non perang dan non pengikatan secara ekonomi, sebagai metode sekaligus alat untuk melakukan diplomasi dengan bangsa lainnya (P. R. K. Dewi, 2019).

Adapun penulis menggunakan konsep *soft power* adalah untuk

menganalisis mengenai instrumen strategi Jepang dalam mempertahankan dominasi pasarekonominya di Indonesia.

## 2. Konsep Diplomasi Budaya

Diplomasi budaya adalah sebuah kegiatan suatu aktor negara dan non-negara dalam meningkatkan kerja sama sosial budaya dan guna mempertahankan hubungan timbal balik yang menguntungkan dengan masyarakat sipil dari negara lain. Tujuan utama dari diplomasi budaya adalah untuk mempromosikan kepentingan nasional. Pentingnya diplomasi budaya juga untuk mempererat hubungan dan mengembangkan saling ketergantungan antar negara serta menjadi landasan netral bagi rekonsiliasi ketika jalur diplomatik sedang bermasalah (Viartasiwi et al., 2020). Dalam hal ini diplomasi budaya suatu negara selain digunakan sebagai alat dalam meningkatkan kerja sama sosial budaya suatu negara terhadap negara lain yang dimana hal tersebut dapat berkembang menjadi sebuah hubungan mutualisme antar kedua belah pihak yaitu saling menguntungkan antar satu sama lain. Oleh karena itu, penggunaan diplomasi budaya sebagai instrumen tersebut perlu diperhatikan dalam menunjang interaksi atau kepentingan nasional di luar negeri.

Dalam konsep diplomasi budaya, Mark menyatakan bahwa terdapat beberapa elemen yang terdapat dalam upaya diplomasi budaya. Elemen-elemen tersebut yakni *actors and government involvement* yang dimana artinya pelaku dan keterlibatan pemerintah, *objective* artinya tujuan dasar ataupun tradisional

dari diplomasi budaya, *activities* artinya mencakup aktivitas maupun kegiatan budaya yang mampu berkontribusi dalam mencapai suatu kepentingan negara, *audience* artinya target diplomasi budaya yaitu publik negara penerima dan tujuan (Nugrahaningsih & Suwarso, 2021). Keempat hal tersebut merupakan unsur penting yang membentuk diplomasi budaya sehingga tanpa keberadaan salah satu unsur tersebut dapat dipastikan bahwa diplomasi budaya tidak dapat terealisasikan. Selain itu, kelompok yang menjadi sasaran pertukaran budaya tersebut adalah masyarakat asing, kelompok cendekiawan dan seniman atau bahkan individu. Dalam artian bahwa dalam penggunaan diplomasi budaya perlunya audience agar pencapaian tujuan dari diplomasi budaya dapat terealisasikan dan dapat mempengaruhi masyarakat dari negara tujuan akibat sasaran dari pertukaran budaya tersebut.

Adapun penulis menggunakan konsep diplomasi budaya adalah untuk menganalisis mengenai bagaimana peluang Jepang dalam mempertahankan diplomasi budayanya di Indonesia.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang akan digunakan penulis adalah kualitatif. Metode kualitatif menghasilkan tipe data yang dinyatakan dalam bentuk kata-kata (Simister & James, 2017), yang dimana dalam penelitian ini penulis akan menjelaskan kecenderungan relatif dari strategi diplomasi budaya Jepang dalam



mempertahankan dominasi pasarekonominya di Indonesia serta mengolahnya secara deskriptif.

Penelitian kualitatif sendiri bersifat deskriptif analitik. Data yang diperoleh pun berangkat dari hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen, catatan lapangan, yang kemudian disusun oleh peneliti di lokasi penelitian, serta tidak dituangkan dalam bentuk dan angka. Melakukan analisis data dengan memperkaya informasi, mencari hubungan, membandingkan, menemukan pola atas dasar data aslinya (tidak ditransformasi dalam bentuk angka). Hasil analisis data pun berupa pemaparan mengenai situasi yang diteliti yang disajikan dalam bentuk uraian naratif atau menyajikan urutan suatu kejadian sesuai urutan jangka waktunya.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik untuk mendapatkan data secara fisik untuk dianalisis dalam studi penelitian (Johnson & Christensen, 2017). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui teknik *library research* (telaah kepustakaan). *Library research* merupakan teknik pengumpulan data yang didapatkan dari berbagai sumber bacaan seperti buku, jurnal, berita, video, dan sebagainya baik itu diperoleh secara *offline* maupun *online*. Dalam penelitian ini, penulis mendapatkan data sekunder yang bersumber dari berbagai macam jenis bacaan seperti buku, artikel, majalah, jurnal, serta berita *online* yang terkait dengan sumber masalah yang diteliti seperti bagaimana strategi diplomasi budaya Jepang dalam mempertahankan

dominasi pasar ekonominya di Indonesia.

### 3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang penulis gunakan adalah teknik analisis data kualitatif. Dalam teknik analisis data kualitatif terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan seperti melakukan pengumpulan data yang bisa didapatkan dengan cara turun langsung ke lapangan atau dengan menggunakan cara *library research* seperti yang digunakan dalam penelitian ini. Tahapan selanjutnya adalah reduksi data, pada tahapan ini penulis nantinya akan memilih data-data yang sudah didapatkan dalam proses pengumpulan data dan penulis akan memilih data-data mana yang akan digunakan untuk mendukung hasil penelitian. Tahapan ketiga adalah penyajian data, pada tahapan ini penulis akan menyajikan data bisa dalam bentuk diagram ataupun dengan kata-kata yang nantinya akan disusun dalam penulisan penelitian. Tahapan selanjutnya adalah penarikan kesimpulan, dalam tahapan ini penulis akan menarik sebuah kesimpulan yang bisa menyampaikan semua informasi yang telah didapatkan dalam penelitian. Semua tahapan dalam teknis analisis data ini nantinya akan digunakan penulis dalam penelitian ini agar proses penulisan dapat tersusun dengan baik.

### 4. Metode Penulisan

Metode penulisan yang digunakan adalah deduktif. Dimana penelitian ini penulis memaparkan secara umum mengenai budaya yang ada di Jepang dan hubungan kerjasama antar kedua negara yang kemudian dilanjutkan dengan

pembahasan yang lebih khusus mengenai strategi, peluang serta tantangan dalam mempertahankan dominasi pasarnya di Indonesia. Dalam hal ini penulis memaparkan secara umum kemudian diakhiri dengan penarikan kesimpulan yang lebih spesifik

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Konsep Soft Power

*Soft power* merupakan kekuatan suatu negara untuk mengajak pihak lain dengan melakukan daya tarik tanpa menggunakan penekanan maupun paksaan misalnya yang terjadi di masa-masa sebelumnya. *Soft power* juga terdiri dari beberapa unsur yaitu unsur budaya, sistem nilai, dan kebijakan. Suatu negara dapat menerima apa saja yang diinginkan pada perbincangan politik dunia dikarenakan adanya beberapa faktor yang misalnya ketakjuban terhadap suatu nilai atau aspirasinya dalam pengembangan prospek kerja sama terhadap kelangsungan ekonominya. Sementara itu, *soft power* dapat diaplikasikan apabila pihak lain dapat memahami upaya tersebut serta mempunyai harapan yang sama dalam suatu pelaksanaannya dan memperkuat tekad untuk mencapainya tujuan bersama. Jadi, *soft power* tidak dapat berlangsung pada pihak-pihak yang ingin merajai kekuasaan dengan cara menjalankan pengaruhnya secara paksaan (Yani & Lusiana, 2018). Dalam hal ini, dapat dimaknai bahwa *soft power* adalah sebuah kekuatan yang dilakukan oleh suatu negara untuk mempengaruhi negara lain dengan tidak menggunakan cara kekerasan atau destruktif.

Selain itu, *soft power* sebagai istilah merupakan artefak budaya yang mewakili tubuh pemikiran yang terkait dengan sumber daya yang diinvestasikan dalam daya tarik serta dengan strategi untuk menggunakan sumber daya tersebut untuk kepentingan aktor lebih lanjut (Chitty et al., 2017).

Hal tersebut dapat dimaknai bahwa *soft power* merupakan sarana yang digunakan oleh aktor tertentu sebagai representasi suatu objek dan dilakukan dengan menggunakan strategi tertentu. Konsep *Soft power* juga merupakan sebuah bentuk kekuatan baru yang muncul dalam tatanan dunia internasional sebagai alternatif terhadap bentuk power secara konvensional (*hard power*). Dalam salah satu jurnalnya, seorang ahli ilmu politik Joseph S. Nye pada tahun 2008 mengatakan (Pratama & Puspitasari, 2020).

*Power is the ability to affect others to obtain the outcomes you want. One can affect other's behavior in three main ways: threats of coercion ("sticks"), inducements and payments ("carrots"), and attraction that makes others want what you want. A country may obtain the outcomes it wants in world politics because other countries want to follow it, admiring its values, emulating its example, and/or aspiring to its level of prosperity and openness.*

Dari pengertian tersebut, dapat dilihat bahwa Nye menunjukkan kemampuan seorang aktor dalam mempengaruhi pihak tertentu agar sesuai dengan keinginan serta tujuannya dapat ditempuh melalui ketiga cara tersebut. Walaupun demikian, cara maupun langkah yang diambil oleh seorang aktor tentunya akan sangat berpengaruh kepada hasil akhir dari tercapainya tujuan tersebut. Dalam mendapatkan konsep *soft power*, maka diperlukan tiga instrumen utama yaitu budaya, nilai-nilai dalam negeri, dan kebijakan luar negeri. Dengan adanya ketiga instrumen tersebut maka konsep *soft power* dapat terbentuk (Roziqi, 2020).

Kebudayaan dibagi menjadi dua yakni *high culture* misalnya seni, literatur dan *pop culture* yaitu *mass entertainment*/produksi hiburan massal. Nilai merupakan hal abstrak tetapi dapat dilihat dari perilaku seorang pemimpin dan juga nilai yang berkembang di masyarakat negara terhadap respons baik atau buruknya sesuatu. Inti dari *soft power* adalah eksplorasi kekuatan-kekuatan kebudayaan suatu bangsa yang bersifat non perang dan non pengikatan secara ekonomi, sebagai metode sekaligus alat untuk melakukan diplomasi dengan bangsa lainnya (P. R. K. Dewi, 2019). Oleh karena itu, terdapat beberapa perbedaan mendasar antara *soft power* dan *hard power* yang dimana *soft power* lebih dapat mengandalkan kebudayaan suatu bangsa atau negara sedangkan *hard power* lebih dapat mengandalkan armada militernya.

Semua elemen *soft* dari kekuatan mental telah terkandung dalam budaya dimana inti dari budaya adalah nilai. Dalam arti sempit, budaya adalah ideologi sosial serta sistem dan institusi yang terkait dengannya, termasuk ide-ide pemikiran politik, undang-undang, moralitas, seni, agama dan ilmu pengetahuan. Namun, dilihat dari sudut pandang mana pun budaya bukanlah sebuah entitas yang tetap melainkan sebuah proses yang dinamis (Haneş & Andrei, 2015). Dengan demikian, budaya memiliki keterikatan dengan *soft power* suatu negara sehingga apabila suatu negara ingin meningkatkan kekuatannya dengan cara yang lebih halus maka perlu untuk memperhatikan aspek kebudayaannya.

Oleh karena itu, *soft power* dapat dikategorikan sebagai suatu pendekatan yang dapat menekankan pada instrumen kebudayaan dan nilai yang digunakan untuk

menarik hati dan perhatian masyarakat serta negara lain demi mencapai kepentingan nasional suatu negara, sehingga dengan memaksimalkan konsep *soft power* yang ada maka suatu kepentingan nasional lebih mudah tercapai.

*Soft power* itu sendiri juga berkaitan dengan *nation branding* yaitu tentang mengonstruksi dan mengelola reputasi suatu negara. *Nation branding* pula dapat memberikan suatu gambaran pada negara yang menerapkan konsep *soft power* agar penerapan *soft power* tersebut lebih bermanfaat dalam menciptakan pengaruh yang diinginkan suatu negara dalam lingkup internasional (Essay, 2018). Kedua hal tersebut yaitu *soft power* dan *nation branding* memiliki keterikatan satu sama lain dimana memiliki kesamaan dalam hal bagaimana mempengaruhi suatu negara dengan cara yang tidak menggunakan unsur kekerasan dan paksaan. *Nation Branding* menjadi salah satu konsep yang dapat digunakan dalam memanfaatkan *soft power* dalam suatu negara (Yamin & Kristiawan, 2018). Oleh karena itu, untuk mencapai apa yang diharapkan dalam suatu negara maka perlu adanya pengoptimalisasian keduanya dalam kebijakan luar negeri suatu negara.

Kegiatan *soft power* yang sering dilihat terjadi dalam lingkungan masyarakat adalah dilaksanakannya acara kebudayaan, program pertukaran, penyiaran atau hiburan seperti acara televisi atau film dan promosi. Tetapi cara tersebut tidak menimbulkan hasil pengaruh langsung atau secara cepat, hasil yang didapatkan akan bertahap karena harus melewati proses terbentuknya citra negara yang berguna untuk mendapatkan kepercayaan pihak atau negara lain (Rosyada, 2019). Kedua hal tersebut yakni *soft power* dan *nation branding* memiliki keterikatan satu

sama lain yang dimana memiliki kesamaan dalam hal bagaimana mempengaruhi suatu negara dengan cara yang tidak dapat menggunakan unsur kekerasan dan paksaan. *Nation branding* menjadi salah satu konsep yang dapat digunakan dalam memanfaatkan *soft power* suatu negara.

Hubungan *soft power* dengan penelitian ini bahwa penelitian ini membahas terkait diplomasi budaya Jepang dalam mempertahankan dominasi pasar ekonomi di Indonesia, contoh dari dominasi budaya tersebut ditunjukkan dengan adanya makanan sushi, tei, marugame udon, dan ramen yang artinya Jepang dapat meluaskan bisnis restoran Jepang di Indonesia, dan hal ini juga disebut sebagai kegiatan ekonomi. Saat ini telah banyak negara yang mulai melakukan *soft power* dengan pengenalan budaya. Pengenalan budaya ini biasanya dilakukan melalui media hiburan seperti acara televisi, film, serial dan sebagainya karena dengan media ini dapat menjangkau banyak orang.

## **B. Konsep Diplomasi Budaya**

Diplomasi budaya adalah sebuah kegiatan suatu aktor negara dan non-negara dalam meningkatkan kerja sama sosial budaya dan dalam mempertahankan hubungan timbal balik yang menguntungkan dengan masyarakat sipil dari negara lain. Pentingnya diplomasi budaya juga untuk mempererat hubungan dan dapat mengembangkan saling ketergantungan antar negara serta menjadi landasan yang netral bagi rekonsiliasi ketika jalur diplomatik sedang bermasalah (Viartasiwi et al., 2020).



Selain itu, Milton Cummings juga berpendapat bahwa diplomasi budaya merupakan sebuah pertukaran ide, informasi, seni, serta aspek kebudayaan lainnya dengan tujuan untuk menjaga sikap saling pengertian antara satu negara dengan negara lain maupun antar masyarakatnya (Luthfi, 2020). Dalam hal ini diplomasi budaya suatu negara selain digunakan sebagai alat dalam meningkatkan kerja sama sosial budaya suatu negara terhadap negara lain yang dimana hal tersebut dapat berkembang menjadi sebuah hubungan mutualisme antarkedua belah pihak yaitu saling menguntungkan antar satu sama lain. Oleh karena itu, penggunaan diplomasi budaya sebagai instrumen tersebut perlu diperhatikan dalam menunjang interaksi atau kepentingan nasional di luar negeri.

Menurut Leonard pada tahun 2002, ia berpendapat bahwa suatu negara melakukan diplomasi budaya untuk beberapa tujuan. Adapun tujuan tersebut yaitu: (1) *Increasing Familiarity*, yakni untuk membentuk, meningkatkan, dan memperbarui citra negara di hadapan publik internasional; (2) *Increasing Appreciation*, yakni untuk menciptakan persepsi positif negara serta meyakini pihak lain untuk melihat suatu masalah atau fenomena dari sudut pandang negara itu; (3) *Engaging People*, yakni untuk mendorong publik internasional melihat suatu negara sebagai tujuan yang menarik untuk berwisata. Selain itu, suatu negara menggunakan langkah ini sebagai upaya untuk memajukan produk lokalnya; (4) *Influencing People's Behavior*, yaitu untuk mendorong perusahaan asing agar berinvestasi serta mendorong dukungan publik agar negara tersebut mendapat

pengakuan di lingkup internasional (Nugrahaningsih & Suwarso, 2021).

Diplomasi budaya juga digunakan sebagai kemampuan untuk membujuk dan mempengaruhi melalui mediator budaya dalam hubungan internasional. Dengan kata lain, diplomasi budaya adalah pertukaran ide antara negara dan masyarakat yang berbeda untuk menciptakan pemahaman yang sama antara negara dan masyarakat. Ini mengacu pada pertukaran seni dan budaya. Konsep diplomasi budaya adalah jaminan demokrasi dan perdamaian. Berdasarkan pemikiran ini, ia percaya bahwa interaksi budaya dapat membawa perdamaian internasional (Carbone, 2017). Dengan demikian, diplomasi budaya dilakukan dengan tujuan untuk mencapai keseragaman serta membawa perdamaian internasional karena terbentuknya hubungan yang baik antar negara.

Adapun serangkaian kegiatan diplomasi budaya lainnya adalah mempromosikan dan menjelaskan nilai-nilai budaya negara pengirim ke Negara penerima. Dalam praktiknya, kegiatan ini biasanya dapat mencakup partisipasi aktif diplomat pada debat publik, kuliah, seminar atau acara serupa lainnya dimana berbagai pertanyaan dan masalah budaya dibahas (Pajtinka, 2014). Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan diplomasi budayajuga merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan nilai budaya satu negara ke negara lain sehingga bukan hanya digunakan sebagai instrumen politik semata namun juga menjadi *soft instrument* antar Negara seperti mempromosikan nilai- nilai budaya antar negara (Destriyani et al., 2020). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa diplomasi budaya digunakan untuk memperkuat hubungan antar negara guna negara yang dituju lebih mengenal negaranya dalam hal ide, nilai-nilai, tradisi

dan berbagai macam aspek budaya yang pada akhirnya berupaya untuk memaksimalkan diplomasi budayanya yang dilakukan untuk memudahkan dalam mencapai kepentingan nasional suatu negara.

Diplomasi budaya itu sendiri juga merupakan usaha pertukaran budaya antara dua ataupun lebih kelompok budaya yang dijalankan guna memperkuat suatu hubungan kerja sama antar kelompok dan memajukan kepentingan nasional negaranya. Menurut Mark pada tahun 2009, dalam jurnal *International Studies* bahwa terdapat beberapa elemen yang ada dalam upaya diplomasi budaya. Elemen-elemen tersebut antara lain (Nugrahaningsih & Suwarso, 2021).

1) *Actors and government involvement* (Pelaku dan keterlibatan pemerintah).

Dalam upaya diplomasi budaya memerlukan keterlibatan baik aktor dari *State* (pemerintah) dan *non-state* (aktor non pemerintah) guna bertujuan untuk mendukung pencapaian politik luar negeri suatu negara dan memproyeksikan citra negara di luar negeri.

2) *Objective* (Tujuan). Umumnya, tujuan dasar atau tradisional dari diplomasi budaya ialah menciptakan sikap saling pengertian, mencegah etnosentrisme, stereotip maupun pencegahan konflik. Namun, tujuan dari diplomasi budaya dapat pula mencakup meningkatkan kerja sama mengenai perdagangan, ekonomi, pertukaran budaya, diplomatik, sarana penghubung antara negara dengan praktisi diplomasi budaya di luar negeri (diaspora), dan membantu menjaga hubungan bilateral di saat terjadi konflik atau ketegangan.

3) *Activities* (Kegiatan). Dalam upaya diplomasi budaya, perlu mencakup suatu aktivitas atau kegiatan budaya yang dapat berkontribusi dalam mencapai kepentingan suatu negara. Hal ini mencakup kegiatan yang melibatkan atau dilakukan oleh pelaku seni seperti seniman, penyanyi dan lainnya, kemudian juga manifestasi kesenian suatu negara seperti film. Kegiatan lain yang juga meliputi promosi budaya seperti bahasa, maupun pertukaran akademisi. Sehingga kegiatan aktivitas budaya tidak hanya bersifat atau terbatas pada ‘*high culture*’, tetapi juga mencakup aktivitas budaya yang ditargetkan pada populasi atau kalangan yang lebih luas.

4) *Audience*. Aspek ini merupakan bagian terpenting dalam diplomasi budaya. Hal tersebut berkaitan dengan target diplomasi budaya yaitu publik negara penerima atau tujuan. Tidak hanya pada publik di negara tujuan, audiens diplomasi budaya dapat mencakup anggota diaspora di negara penerima.

Keempat hal tersebut merupakan unsur penting yang membentuk diplomasi budaya sehingga tanpa keberadaan salah satu unsur tersebut, dapat dipastikan bahwa diplomasi budaya tidak dapat terealisasikan. Selain itu, kelompok yang menjadi sasaran pertukaran budaya tersebut adalah masyarakat asing, kelompok cendekiawan dan seniman atau bahkan individu. Dalam artian bahwa penggunaan diplomasi budaya perlu *audience* agar pencapaian tujuan dari diplomasi budaya dapat terealisasikan dan dapat mempengaruhi masyarakat dari negara tujuan akibat sasaran dari pertukaran budaya tersebut.

Budaya, identitas, dan nilai adalah sumber daya diplomasi budaya. Selain itu, terdapat tiga entitas yang menjadi sumber inti prinsip diplomasi budaya yaitu budaya dan pertinensi budaya, masalah identitas, dan nilai domestik sebagai sumber (Viartasiwi et al., 2020). Adapun penjabaran dari ketiga entitas tersebut adalah sebagai berikut.

1. Budaya dan Pertinensi Budaya, sumber diplomasi budaya karena daya tarik budaya dalam memenangkan hati publik. Budaya menjadi sistem yang disematkan dalam komunitas dan menarik orang-orang dari komunitas lain menjadi lebih dekat karena keunikan atau daya tariknya. Dalam pengertian ini, budaya dapat berkembang serta berinteraksi dengan budaya lain dan membentuk menjadi bentuk yang baru. Secara garis besar budaya yang berkembang menanggapi kepentingan masyarakat, hal yang membuat menarik banyak orang menjadi arah evolusi. Situasi ini memungkinkan pertumbuhan industri budaya untuk melayani orang-orang yang tertarik pada budaya yang baru dapat terbentuk. Budaya dapat menjadi sumber daya lunak yang efektif hanya ketika diuraikan secara strategis dalam tujuan kebijakan yang jelas terkait dengan kepentingan bangsa. Dapat dipahami bahwa budaya merupakan aspek penting dalam melakukan diplomasi budaya dan dalam prosesnya budaya berkembang, membentuk dan mempengaruhi masyarakat tertentu dalam rangka pencapaian kepentingan negara asal.

2. Masalah Identitas, sumber diplomasi budaya melalui aksentuasi identitas kolektif dan identitas bersama. Diplomasi budaya menyoroti identitas kolektif untuk menarik publik global berdasarkan gagasan bahwa orang mengidentifikasi diri mereka kepada kelompok berdasarkan kemiripan yang mereka rasakan. Dengan demikian, identitas kolektif berguna dalam memanfaatkan pengaruh satu entitas kepada orang-orang dalam suatu kelompok. Identitas kolektif dapat digunakan baik untuk mengkonsolidasikan publik domestik di bawah kerangka kepentingan nasional atau menyerukan solidaritas kepada publik global. Di dunia global, identitas kolektif menghasilkan simpati, pemahaman, dan persahabatan kepada negara-bangsa dari masyarakat sipil negara lain. Dalam hal ini, dapat dipahami bahwa diplomasi budaya berkaitan erat dengan masalah identitas. Hal tersebut merupakan dampak dari relasi kepentingan (agenda dalam diplomasi budaya), budaya serta identitas dari negara penerima diplomasi budaya tersebut sehingga menimbulkan masalah identitas. Terlebih masalah identitas akan menjadi krusial apabila terjadi proses mengidentifikasi diri secara berlebihan pada masyarakat.
3. Nilai Domestik sebagai Sumber, Nilai sangat terkait dengan budaya karena hal ini merupakan jantung dari sebuah budaya. Jika tingkat praktis budaya adalah senidan adat istiadat, nilai adalah entitas filosofis yang memicu keyakinan dan motivasi bagaimana nilai bekerja dalam diplomasi budaya terhubung dengan kekuatan pengaruh untuk membentuk narasi bersama target. Nilai yang

diterima publik diakui sebagai keberhasilan. Dapat dipahami bahwa nilai dalam

hal ini merupakan inti sari dari budaya atau inti sari dari diplomasi budaya.

Tujuan dari diplomasi budaya adalah untuk mendapatkan dukungan luar negeri suatu negara dari negara lain, sehingga perlu dibuat suatu agenda atau program yang mempengaruhi pandangan atau pendapat negara lain. Alat yang digunakan untuk diplomasi budaya dapat berupa media elektronik atau media cetak dan sarana komunikasi lainnya untuk menyampaikan pesan dan mencapai tujuan diplomasi budaya (Ramly, 2018). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tujuan diplomasi kebudayaan dilakukan dengan tujuan untuk mendapat dukungan dari negara lain, dalam mencapai tujuan tersebut, perlu adanya agen, agenda dan alat agar tujuan diplomasi dapat tercapai.