

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era modern ini diplomasi publik menjadi salah satu alat paling berpengaruh dan signifikan dalam mengimplementasikan strategi kebijakan luar negeri suatu negara yang memiliki peran penting dalam sistem hubungan internasional modern. Ketika inovasi teknologi dan budaya menjadi mustahil tanpa dukungan informasi dan infokomunikasi, perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi global mendorong proses ini, mengotomatiskan fungsi dan operasi terkait, yang pada akhirnya memerlukan digitalisasi dan digitalisasi proses, serta mengubahnya.

Di era konflik dan ketidakstabilan, peran budaya sebagai instrumen “*soft power*” tidak bisa disepelekan. Ini adalah sumber daya diplomasi yang penting yang digunakan untuk memajukan kepentingan negara guna meningkatkan saling pengertian antara elit dan masyarakat. Diplomasi publik adalah salah satu cara paling berpengaruh dan signifikan dalam mengimplementasikan strategi kebijakan luar negeri suatu negara yang memiliki peran penting dalam sistem hubungan internasional modern.

Jepang yang dikenal sebagai Negara Sakura, adalah negara kepulauan Asia Timur yang bercita-cita menjadi pemimpin bangsa di kawasan Asia. Jepang juga berperan besar dalam bidang ekonomi, dimana pendapatan per kapita dan stabilitas mata uang Jepang menjadikannya sebagai salah satu negara maju di kawasan Asia. Selain itu, Jepang merupakan negara dengan nilai-nilai budaya tradisional yang masih sangat kental hingga saat ini (Katzenstein, 2018). Nilai-nilai budaya

tradisional yang telah diserap masyarakat Jepang selama ratusan tahun selalu tumbuh subur dan meluas di masyarakat, bahkan di tengah era globalisasi saat ini.

Jepang mengasimilasi dan mengubah norma-norma asing tersebut menjadi nilai-nilai budaya baru, yang berkembang menjadi Budaya Populer Jepang (Iwabuchi, 2015). Budaya populer digambarkan sebagai budaya yang dicintai oleh banyak orang; akibatnya, budaya populer adalah produk budaya yang dikembangkan untuk konsumsi massal. Contoh budaya populer Jepang antara lain cosplay, fashion street harajuku, visual kei, anime, hidangan unik, drama dan film, serta komik, yang telah lama diasosiasikan dengan negeri Sakura ini. Pemerintah Jepang menggunakan kekhasan budaya populer Jepang (Huat, 2015) sebagai pintu masuk untuk menjalin atau melakukan diplomasi dengan bangsa lain, khususnya Indonesia. Jepang berhasil menanamkan nilai-nilai budaya yang kuat pada individu di berbagai bangsa, termasuk Indonesia, melalui pengenalan nilai-nilai budaya, seperti manga dan anime. Pemerintah Jepang menanggapi dengan meluncurkan kebijakan *Cool Japan* yang dimulai dengan *Gross National Cool* (GNC) pada tahun 2002. McGray, seorang jurnalis, muncul dengan GNC setelah mengklaim bahwa Jepang tidak hanya kaya secara ekonomi, bukan hanya bangsa, tapi juga budaya (Darling-Wolf, 2015).

GNC berfungsi sebagai pengingat bahwa ketika suatu negara mampu mengelola tren dan item komersialnya secara efektif, hal itu berdampak positif pada tujuan politik dan ekonominya. GNC adalah potensi *Soft power* yang menjanjikan bagi Jepang untuk terus memanfaatkan daya tarik budaya populer untuk mempengaruhi citra baik Jepang. Pemerintah Jepang kemudian mengadopsi teknik ini untuk mempromosikan budaya Jepang ke seluruh dunia (Vogel, 2013). Strategi

Cool Japan adalah upaya Jepang yang bertujuan untuk meningkatkan minat internasional terhadap nilai-nilai budaya Jepang, dimulai dengan budaya populer (anime dan manga), film, musik, serial drama, arsitektur, seni, kerajinan, desain, seni pertunjukan, penerbitan, mainan, dan beralih ke industri kuliner dan fashion, di mana pemerintah Jepang bekerja keras untuk mencapai tujuan *Cool Japan*.

Melalui artikel *Foreign Affairs*, McGray mengutarakan pendapatnya ketika melihat fenomena budaya populer Jepang yang semakin berpotensi menjadikan Jepang sebagai negara adidaya budaya . Hal ini juga kemudian dipromosikan oleh *Gross National Cool Jepang* dengan membahas berbagai karakter animasi Jepang dan membandingkannya dengan budaya Amerika. Namun budaya Jepang dinilai lebih mampu menciptakan tren baru di bidang seni dan teknologi karena memiliki keunikan budaya yang unik dan berbeda dengan negara lain (Ministry of Foreign Affairs Japan, 2022).

Cool Japan diambil dari istilah "Coolness/Keren" yang digunakan pemerintah Jepang sebagai jargon politik yang mengacu pada segala keunikan dan aspek positif Jepang. *Cool Japan* sendiri merupakan strategi yang dikelola langsung oleh pemerintah Jepang. Sebenarnya istilah yang sama pernah diterapkan di Inggris sebelumnya yaitu *Cool Britain* pada tahun 1967 hingga 1996 yang merupakan kebijakan jangka pendek oleh pemerintah Inggris, namun tidak mendapat dukungan penuh dari masyarakat dan tidak berjalan sesuai harapan. Namun, kebijakan ini menginspirasi Jepang untuk mengadopsi istilah yang sama di negaranya sendiri (Aruni, Romulo Simanjuntak, & Herginasari, 2022).

Dalam *Cool Japan Proposal* yang diterbitkan oleh *Cool Japan Movement Promotion Council*, tertulis dengan jelas di bagian pembukaan paragraf ke-3, bahwa inspirasi pembentukan Strategi *Cool Japan* berasal dari *Cool Britain*. Terbentuknya *Cool Britain* oleh Inggris juga bertujuan untuk membangun citra negara dengan memanfaatkan industri kreatif yang ada saat itu, namun hal ini sedikit berbeda dengan *Cool Japan* yang menitikberatkan pada pengembangan budaya populer namun tetap memimpikan kreatifitas. industri yang ada di Jepang. Tujuan utama didirikannya *Cool Japan* adalah sebagai branding nasional Jepang di mata dunia. Namun baru-baru ini pemerintah Jepang menambahkan tujuan lain yaitu untuk pembangunan ekonomi (Aruni, Romulo Simanjuntak, & Herginasari, 2022). Fenomena budaya populer Jepang semakin meluas dan menjanjikan, sehingga pemerintah memutuskan bahwa implementasi *Cool Japan* berada di bawah naungan Kementerian Ekonomi, Perdagangan, dan Industri (METI). Sejak berada di bawah pengawasan METI, implementasi *Cool Japan* kemudian dikembangkan menjadi instrumen diplomasi yang berguna.

Produk Jepang yang populer ini juga berpotensi meningkatkan keuntungan ekonomi bagi negara. Implementasi *Cool Japan* merupakan soft-power asset yang dimiliki oleh Jepang karena terbukti keberhasilan Jepang dalam membentuk pandangan dunia tentang Jepang adalah melalui budaya populer. Budaya populer Jepang menjadikan *Cool Japan* salah satu aset atraktif, yaitu aset yang diperoleh melalui daya tarik untuk membuat pihak lain melakukan apa yang mereka inginkan, karena dapat mencerminkan aspek positif tentang Jepang (Aruni, Romulo Simanjuntak, & Herginasari, 2022).

Jepang yang merupakan salah satu negara yang memiliki kekuatan utama berupa dari sekian banyak jenis budaya Jepang yang saat ini sudah berstatus sebagai budaya adidaya. Dari perkembangan budaya yang ada, Jepang memiliki keinginan untuk mengkomersialkan budayanya dan menguasai pasar budaya dunia melalui budaya tradisional dan budaya populer. Pada tahun 2011 melalui *Cool Japan Initiative*, popularitas budaya Jepang di berbagai negara dimanfaatkan oleh pemerintah dengan membuat kebijakan untuk mendukung industri budaya mereka. Jepang memiliki banyak budaya populer yang begitu terkenal, antara lain Anime, Manga, Musik, Film dan Sastra yang berkembang pesat sehingga bisa dikenal ke seluruh dunia. Seiring perkembangan zaman, budaya Jepang menjadi populer di Indonesia. Beberapa bentuk *Cool Japan* yang populer dan banyak diminati oleh masyarakat Indonesia misalnya adalah Anime, Manga, J-Music, dan Cosplay.

Jika kita melihat budaya Jepang Anime dan Manga yang sampai saat ini sudah banyak dikembangkan, disiarkan dan diterbitkan, hal ini tidak lain karena adanya interaksi dari berbagai pihak di Jepang termasuk dari para praktisi dan kreator Anime dimana mereka terus berusaha. mengajar dan belajar dalam kemasan. Anime atau Manga dalam industri kreatif dengan tujuan agar dapat diterima oleh masyarakat global. Dari hal tersebut di atas, dari budaya Jepang, pemerintah Indonesia dapat belajar bagaimana mengemas industri kreatifnya agar dapat dijual ke seluruh penjuru dunia, yang dalam artian dapat menghasilkan nilai ekonomi bagi negara.

Diplomasi budaya melalui program *Cool Japan* bukan sekadar promosi estetika pop culture seperti anime, manga, musik, atau *fashion* melainkan sebuah strategi diplomasi publik modern yang juga dilandasi oleh investasi ekonomi

kolaboratif. Pemerintah Jepang membentuk *Cool Japan Fund* (CJF) sejak 2013 dengan komitmen dana hingga ¥50 miliar (sekitar US\$500 juta) untuk mendukung industri budaya kreatif secara global. Di Indonesia, salah satu penerima manfaat nyata adalah perusahaan fintech grup Modalku, yang menerima suntikan ekuitas sebesar US\$25 juta (~Rp 398 miliar) dari CJF, menandai investasi pertama CJF di perusahaan Asia Tenggara. Melalui investasi ini, Jepang tidak hanya menanamkan modal, tetapi juga membuka akses ke UKM lokal dan mendorong penggunaan teknologi, digitalisasi, dan AI dalam sistem keuangan sebuah pendekatan ekonomis yang bersifat diplomatik dan membangun citra Jepang sebagai mitra yang kreatif dan futuristik.

Implementasi strategi *Cool Japan* di Indonesia sejak awal 2010-an menunjukkan dinamika yang kompleks dan berlapis, melibatkan berbagai aktor, kanal distribusi, dan sektor budaya. Pada tahap awal, program ini mulai dikenal melalui figur pop Jepang yang di-“lokalisasi”, seperti **JKT48** yang dibentuk pada 2011, yang menurut Azhari & Surya (2024) menjadi simbol awal diplomasi budaya Jepang yang menysasar generasi muda Indonesia melalui pendekatan soft power. Kehadiran grup ini tidak hanya menghadirkan hiburan musik, tetapi juga membuka akses bagi publik untuk memahami nilai-nilai dan etiket budaya Jepang. Pada periode yang sama, pemerintah Jepang mulai menyalurkan konten televisi Jepang melalui kanal khusus seperti **WAKUWAKU JAPAN**, yang menurut Dewanti (2021) memungkinkan masyarakat Indonesia mengakses program anime, drama, dan variety show, sekaligus membangun eksposur awal terhadap budaya Jepang. Munculnya festival bertema Jepang, seperti **Anime Festival Asia Indonesia (AFAID)**, memberikan ruang interaksi langsung antara publik dan budaya Jepang,

memperkuat keterlibatan emosional serta meningkatkan kesadaran budaya (Garmabar et al., 2023).

Seiring berjalannya waktu, strategi *Cool Japan* mengalami institusionalisasi melalui penguatan mekanisme pendanaan dan kerjasama bilateral. Pada 2013, pemerintah Jepang membentuk *Cool Japan Fund* (CJF), badan investasi publik-swasta yang menurut METI (2014) menyalurkan modal awal sekitar JPY 37,5–60 miliar untuk mendukung proyek-proyek budaya di luar negeri, termasuk Indonesia. Dana ini difokuskan pada pengembangan platform distribusi anime, kuliner tematik, fashion, dan proyek pariwisata budaya, yang menurut Asnasari (2020) tidak hanya menyasar konsumsi hiburan tetapi juga membentuk engagement berkelanjutan melalui pendidikan dan komunitas. Program pembelajaran bahasa Jepang dan kegiatan pertukaran budaya turut meningkat pada 2015–2018, di mana Dewanti (2021) mencatat jumlah pemelajar bahasa Jepang di Indonesia melampaui 700 ribu orang pada 2018, menunjukkan transformasi dari konsumsi budaya pop menjadi pemahaman nilai, bahasa, dan etiket masyarakat Jepang. Hal ini menegaskan bahwa penerimaan budaya Jepang di Indonesia tidak bersifat superfisial, melainkan menjadi bagian dari proses internalisasi nilai-nilai dan identitas budaya asing yang positif.

Perkembangan berikutnya menghadirkan fase ekspansi model bisnis dan adaptasi teknologi. Pada 2018–2019, *Cool Japan* mulai mengintegrasikan monetisasi melalui lisensi konten digital, restoran Jepang tematik, dan fashion lifestyle, yang menurut Garmabar et al. (2023) memperkuat posisi Jepang sebagai penggerak industri kreatif global. Pandemi COVID-19 pada 2020 memaksa adaptasi strategi dengan menggeser interaksi festival ke ranah daring dan hybrid,

seperti penyelenggaraan Jak-Japan Matsuri Online, yang menurut Azhari & Surya (2024) tetap mempertahankan engagement publik. Tahun 2022 menandai fase reopening dan restrukturisasi kanal distribusi, di mana festival kembali digelar secara offline, sementara kanal TV linear seperti WAKUWAKU JAPAN ditutup dan digantikan dengan platform digital. Dinamika ini menunjukkan bahwa strategi *Cool Japan* di Indonesia tidak hanya fokus pada promosi budaya semata, tetapi juga membangun ekosistem kreatif yang berkelanjutan, menggabungkan *soft power* dengan aspek ekonomi, pendidikan, dan teknologi, sehingga berdampak signifikan terhadap persepsi, penerimaan, dan interaksi masyarakat Indonesia dengan budaya Jepang (Asnasari, 2020).

Diplomasi *Cool Japan* di Indonesia melalui investasi konkret menciptakan mekanisme dinamika yang memicu pertumbuhan interaksi budaya-pop-ekonomi. Investasi semacam ini bukan hanya memberikan manfaat finansial, tetapi juga menciptakan efek jangka panjang berupa konektivitas budaya dan ekonomi. Perusahaan lokal seperti Modalku, melalui kemitraan ini, menjadi platform yang mempertemukan aktor ekonomi Jepang dan Indonesia, memperkuat ekosistem kreatif dan finansial yang saling menguntungkan. Dinamika ini kemudian menyebar melalui festival budaya, workshop, dan media digital yang mempromosikan citra Jepang sebagai negara modern nan kreatif. Dengan demikian, dampak *Cool Japan* telah melewati batas-batas diplomasi formal dan merambah kehidupan sosial masyarakat mendorong minat belajar bahasa Jepang, memperkuat ikatan kultural, serta membuka jalur ekonomi baru yang berbasis budaya.

Dalam era globalisasi ini, diplomasi publik menjadi salah satu instrumen penting dalam menjalin hubungan antarnegara. Jepang, sebagai negara dengan

warisan budaya yang kaya dan inovasi kontemporer yang mengagumkan, telah aktif menggunakan diplomasi publik sebagai alat untuk memperkenalkan dan mempromosikan budayanya kepada dunia. Salah satu inisiatif yang menonjol adalah program *Cool Japan* yang berlangsung pada periode 2011-2022.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi *Cool Japan* memainkan peran penting dalam memperkuat diplomasi budaya Jepang di Indonesia. Azhari & Surya (2019) menekankan bahwa melalui kebijakan ini, Jepang berhasil mempromosikan citra positifnya dengan mengandalkan industri kreatif seperti anime, manga, musik, kuliner, dan fesyen sebagai instrumen diplomasi yang mendukung kepentingan nasional, termasuk *nation branding* dan peningkatan ekspor industri kreatif. Sejalan dengan itu, Dewanti (2021) menemukan bahwa pada masa pemerintahan Joko Widodo (2014–2019), *Cool Japan* tidak hanya meningkatkan penerimaan budaya Jepang di kalangan masyarakat muda Indonesia, tetapi juga berkontribusi pada penguatan hubungan bilateral dalam aspek ekonomi, sosial, dan budaya. Kedua penelitian tersebut menegaskan bahwa diplomasi publik Jepang melalui *Cool Japan* mampu menciptakan jembatan persahabatan yang efektif, sekaligus memperlihatkan bagaimana budaya populer dapat menjadi instrumen strategis dalam politik luar negeri. Hal ini sejalan dengan fokus penelitian ini yang ingin mengkaji lebih jauh pengaruh diplomasi publik Jepang melalui *Cool Japan* terhadap penerimaan budaya Jepang di Indonesia, khususnya dalam konteks dinamika globalisasi budaya.

Cool Japan memiliki tujuan untuk memperluas pengaruh budaya Jepang di tingkat global, termasuk di Indonesia sebagai salah satu mitra strategis. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, pertanyaan muncul mengenai sejauh mana *Cool*

Japan telah berhasil mempengaruhi penerimaan budaya Jepang di Indonesia. Berbagai faktor seperti perbedaan budaya, nilai-nilai lokal, dan dinamika sosial dapat mempengaruhi efektivitas diplomasi publik Jepang ini.

Keluarnya penelitian seperti yang dilakukan oleh Azhari & Surya (2024) serta Dewanti (2021) memberikan pijakan akademik yang kuat dalam memahami hal ini, namun terdapat keunikan yang khas dalam pendekatan studi tesis ini: fokus pada dimensi investasi *langsung* program *Cool Japan* sebagai bagian integral diplomasi, bukan hanya sekadar konsumsi budaya atau festival. Berbeda dari sebelumnya yang lebih menekankan aspek persepsi dan penerimaan budaya populer, penelitian sekarang juga mengungkap bagaimana investasi ekonomi—seperti di sektor fintech via Modalku—menghasilkan transformasi diplomasi yang bersifat pragmatis dan struktural. Ini membuka wajah baru diplomasi budaya yang bersinergi dengan ekonomi kreatif dan infrastruktur digital, sehingga memperkuat relevansi studi ini terhadap kondisi saat ini. Penelitian ini menawarkan kontribusi unik dengan mengaitkan langsung pendanaan, dinamika kemitraan perusahaan, dan hasil praktis seperti transformasi industri dan penguatan hubungan bilateral—menghadirkan analisis diplomasi budaya *Cool Japan* yang lebih menyeluruh, multidimensi, dan relevan di era digital saat ini.

Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang pengaruh *Cool Japan* dalam meningkatkan penerimaan budaya Jepang di Indonesia. Dengan menganalisis respons masyarakat Indonesia terhadap inisiatif ini, kita dapat mengevaluasi sejauh mana program ini telah berhasil mencapai tujuannya dan menentukan langkah-langkah yang dapat diambil untuk memperkuat dampak positif diplomasi publik Jepang di masa

mendatang. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi pihak terkait, termasuk pemerintah, pelaku industri kreatif, dan lembaga terkait, dalam mengoptimalkan upaya diplomasi publik yang lebih efektif dan relevan dengan preferensi dan nilai budaya masyarakat Indonesia.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Penelitian ini secara khusus membahas tentang bagaimana bentuk implementasi dari program “*Cool Japan*” yang diimplementasikan di Indonesia dan dapat memberikan pengaruh terhadap penerimaan budaya Jepang di Indonesia. Adapun rumusan masalah yang dirumuskan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Apa Dampak Diplomasi Publik Jepang Melalui *Cool Japan* 2011-2022 terhadap Penerimaan Budaya Jepang di Indonesia?
2. Apa dampak dari program *Cool Japan* 2011-2022 terhadap Budaya di Indonesia ?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Mengetahui dampak Diplomasi Publik Jepang Melalui *Cool Japan* 2011- 2022 terhadap Penerimaan Budaya Jepang di Indonesia.
2. Mengetahui dampak dari program *Cool Japan* 2011-2022 terhadap Budaya di Indonesia

Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih dalam kepada akademisi dan peneliti mengenai hubungan bilateral antara Jepang dan Indonesia, terutama dalam konteks kerjasama budaya.
2. Penelitian ini dapat menilai efektivitas *Cool Japan* sebagai alat diplomasi publik Jepang dan memberikan wawasan bagi pemerintah terkait kebijakan luar negeri mereka.
3. Penelitian ini menyediakan data dan rekomendasi untuk perbaikan atau pengembangan lebih lanjut dari program-program serupa di masa depan.
4. Penelitian ini memberikan landasan untuk memperkuat hubungan budaya antara Jepang dan Indonesia, menciptakan kerjasama yang lebih baik di berbagai sektor..

D. Kerangka Konseptual

Kerjasama Internasional

Secara umum kerja sama Internasional merupakan interaksi kerja sama yang dilakukan lintas negara oleh dua aktor atau lebih dalam mencapai kepentingan bersama. Menurut Doherty & Graff (1997), Kerjasama internasional dapat terbentuk karena kehidupan internasional meliputi berbagai bidang seperti ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, lingkungan hidup serta pertahanan dan keamanan. Berbagai aspek tersebut telah membawa negara-negara di dunia untuk membentuk suatu kerjasama internasional (Dougherty & Pfaltzgraff, 1997)

Karena dalam dunia internasional terdapat banyak aspek meliputi aktor negara dan non-negara, hubungan internasional antar masyarakat internasional, suatu isu yang menjadi isu global seperti yang dijelaskan oleh teori Doherty &

Graff, maka tercipta juga masalah-masalah yang kompleks dari skala individu sampai skala internasional. Oleh karena terdapat beberapa permasalahan yang telah menjadi isu global, maka dalam penyelesaiannya dapat dilakukan Kerjasama internasional sehingga mempermudah dalam mencari solusi atas sebuah isu yang sama. Sehingga, dengan begitu dapat mempermudah dalam mencapai tujuan bersama. Hal tersebut sama dengan isu perundungan yang telah menjadi isu global yang terjadi di berbagai negara salah satunya di Indonesia.

Public Diplomacy

Diplomasi publik menjadi elemen sentral dalam praktik diplomasi. Diplomasi publik adalah tentang hubungan antara perwakilan negara, atau aktor internasional lainnya; sedangkan yang kedua menyangkut masyarakat umum di masyarakat asing dan kelompok, organisasi, dan individu non-resmi yang lebih spesifik. Definisi diplomasi yang ada menekankan tujuan utamanya ('seni menyelesaikan kesulitan internasional secara damai'), agen utamanya ('pelaksanaan hubungan antara negara-negara berdaulat melalui perantaraan perwakilan yang terakreditasi') atau fungsi utamanya ('manajemen). hubungan internasional melalui negosiasi') (Mellisen, 2005).

Diplomasi tradisional digunakan untuk mendefinisikan hubungan antara negara-bangsa dan organisasi internasional. Diplomasi publik meminjam pemahaman internasional tentang diplomasi tradisional dan menggambarkan upaya komunikasi antara pemerintah, perusahaan, organisasi masyarakat sipil, dan individu. Diplomasi publik “berusaha untuk pertukaran informasi secara intensif,

netralisasi klise dan prasangka mengenai suatu negara, mempopulerkan kebijakan luar negeri dan sistem sosial, memperkuat citra positif suatu negara (Plavsak, 2002).

Diplomasi publik melibatkan upaya strategis untuk menjangkau publik asing tertentu, dan mencakup program inti dan sarana untuk menjangkau khalayak internasional, seperti kegiatan penyiaran dan informasi, urusan budaya, dan pertukaran internasional. Tujuan utamanya adalah menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran (Mellisen, 2005).

Soft power

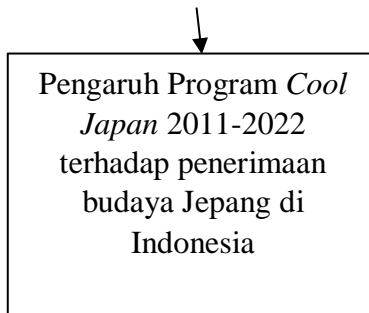
Soft power adalah kemampuan untuk mempengaruhi orang lain untuk mendapatkan hasil yang diinginkan melalui ketertarikan dan persuasi, bukan paksaan atau pembayaran. *Soft power* suatu negara bertumpu pada sumber daya budaya, nilai-nilai, dan kebijakannya. Strategi smart-power menggabungkan sumber daya hard-power dan soft-power. Diplomasi publik memiliki sejarah panjang sebagai sarana untuk mempromosikan *soft power* suatu negara, dan *soft power* sangat penting dalam memenangkan Perang Dingin. Diplomasi publik yang cerdas memerlukan pemahaman tentang peran kredibilitas, kritik diri, dan masyarakat sipil dalam menghasilkan *soft power* (Nye, 2019).

E. Skema Kerangka Konseptual Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengaplikasikan konsep dan teori, antara lain, Diplomasi Publik, Kerjasama Internasional, dan *soft power*.

Bagan 1. Kerangka Konseptual Penulisan





F. Metode Penelitian

1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif melibatkan analisis dan interpretasi teks, wawancara, dan observasi untuk mengidentifikasi pola-pola bermakna yang menggambarkan fenomena tertentu. Peneliti menggunakan pendekatan deduktif, di mana gagasan awal yang dijelaskan secara umum kemudian diterapkan ke hal-hal yang lebih spesifik. Dalam konteks ini, penelitian ini awalnya mencakup isu diplomasi publik Jepang melalui *Cool Japan* dan kemudian difokuskan secara khusus pada penerimaan budaya Jepang di Indonesia.

2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat data sekunder. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dari berbagai sumber yang

relevan dengan penelitian, termasuk buku, jurnal, artikel, dan sumber lainnya. Fokus pengumpulan data adalah pada informasi terkait dengan program *Cool Japan*, dampaknya, serta respon masyarakat Indonesia terhadap budaya Jepang.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui data sekunder, dengan merujuk pada sumber-sumber seperti jurnal, buku, artikel, dan sumber informasi lainnya. Penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian kepustakaan, di mana data diperoleh melalui analisis sumber bacaan yang mencakup evaluasi program *Cool Japan*, eksposur media, dan respon masyarakat.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis dalam penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menjelajahi isu penerimaan budaya Jepang di Indonesia secara mendalam dan luas. Melalui analisis data sekunder, peneliti akan mendeskripsikan dan merangkum informasi terkait efektivitas *Cool Japan* dalam mempengaruhi persepsi dan penerimaan masyarakat Indonesia terhadap budaya Jepang. Hasil analisis ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dampak diplomasi publik Jepang di Indonesia melalui inisiatif *Cool Japan*.

5. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian, kerangka konsep, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka mencakup deskripsi dari variabel terkait yang ingin diteliti.

BAB III Gambaran Umum mencakup isi dari hubungan kerjasama Jepang dan Indonesia dalam program *Cool Japan* .

BAB IV Analisis dan hasil penelitian mencakup hasil penelitian yang telah dikaji atau diteliti dengan data-data yang telah dikumpulkan.

BAB V Kesimpulan dan Saran Mencakup kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dikaji.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerja Sama Internasional

1. Pengertian Kerja Sama Internasional

Kerja sama internasional secara umum dapat dipahami sebagai suatu bentuk hubungan yang dibangun antara dua negara atau lebih untuk mencapai tujuan bersama yang saling menguntungkan (Candra, 2022). Definisi ini menekankan pentingnya unsur kesepakatan dan keterlibatan aktif antarnegara dalam membentuk relasi yang bukan bersifat konfrontatif, melainkan kolaboratif. Salah satu definisi yang relevan dikemukakan oleh K.J. Holsti (1995) yang menyatakan bahwa kerja sama internasional merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh dua atau lebih aktor internasional yang secara sadar dan sukarela bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan kolektif berdasarkan kepentingan bersama (mutual interest). Dalam pengertian ini, kerja sama internasional diposisikan sebagai alat diplomatik yang bersifat fungsional, bukan hanya didorong oleh persahabatan, tetapi juga oleh perhitungan rasional atas keuntungan politik, ekonomi, dan strategis. Dengan kata lain, kerja sama terjadi karena ada keuntungan yang bisa diraih oleh masing-masing pihak, dan proses tersebut dilakukan dengan perencanaan, komunikasi, serta kesepakatan formal yang menjadi landasan pelaksanaannya.

Di sisi lain, definisi lain yang lebih luas datang dari perspektif hubungan internasional kontemporer, yang memandang kerja sama internasional tidak selalu terbatas pada negara sebagai satu-satunya aktor (Dugis, 2016). Dalam pendekatan ini, kerja sama internasional didefinisikan sebagai interaksi lintas batas yang

melibatkan negara maupun aktor non-negara (seperti LSM internasional, perusahaan multinasional, dan organisasi budaya) yang berusaha mencapai tujuan kolektif melalui pertukaran informasi, koordinasi kebijakan, dan pelaksanaan proyek bersama. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan liberal institusionalis yang melihat kerja sama bukan hanya sebagai hasil dari tekanan politik, melainkan sebagai upaya bersama untuk mengatasi masalah global yang tidak bisa diselesaikan secara unilateral. Oleh karena itu, kerja sama internasional juga mencakup dimensi sosial, lingkungan, budaya, dan kemanusiaan yang makin kompleks di era globalisasi (Affianty, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa definisi kerja sama internasional telah mengalami perkembangan dari yang semula bersifat negara-sentris menjadi lebih terbuka terhadap pelibatan berbagai elemen masyarakat internasional.

Selain definisi dari Holsti dan perspektif liberal, konsep kerja sama internasional juga diinterpretasikan dalam bentuk kategorisasi hubungan berdasarkan ruang lingkup dan mekanismenya (Holsti, 1995). Dalam hal ini, kerja sama internasional dapat dibedakan menjadi kerja sama bilateral, regional, dan multilateral. Kerja sama bilateral mengacu pada hubungan kerja sama antara dua negara dalam suatu bidang tertentu, misalnya antara Indonesia dan Jepang dalam promosi budaya melalui program *Cool Japan* (Azhari & Surya, 2024). Sementara kerja sama regional melibatkan sekelompok negara dalam satu kawasan geografis seperti ASEAN, Uni Eropa, atau Mercosur, dengan tujuan untuk mengkoordinasikan kepentingan bersama dalam isu tertentu seperti perdagangan bebas, keamanan regional, atau pendidikan. Adapun kerja sama multilateral bersifat lebih luas, mencakup banyak negara dari berbagai belahan dunia dan biasanya

dimediasi oleh organisasi internasional seperti PBB atau WTO (Lestari, et al 2024). Bentuk-bentuk kerja sama ini memberikan konteks penting tentang bagaimana kerja sama internasional diimplementasikan secara teknis dan kelembagaan sesuai dengan kebutuhan dan dinamika global.

Tidak semua kerja sama internasional berlangsung secara formal dan terikat dalam perjanjian internasional yang mengikat secara hukum (Azzahra & Larissa, 2025). Dalam banyak kasus, terutama dalam bidang diplomasi budaya dan kerja sama sosial, bentuk kerja sama justru lebih sering bersifat informal, fleksibel, dan berbasis jaringan komunikasi yang tidak terstruktur. Kerja sama informal ini bisa berupa forum budaya, pertukaran pelajar, festival lintas negara, atau proyek kolaboratif yang diinisiasi oleh masyarakat sipil. Ciri khas dari kerja sama semacam ini adalah tidak adanya kewajiban hukum, namun memiliki dampak besar dalam membangun kepercayaan, memperluas pemahaman budaya, dan mempererat hubungan antarbangsa (Rahma et al, 2022). Terlebih dalam era digital saat ini, kerja sama informal bahkan lebih cepat dan luas dampaknya karena didukung oleh media sosial, platform streaming, dan komunitas transnasional yang terhubung secara langsung tanpa perlu jalur diplomatik formal. Oleh karena itu, pemahaman terhadap kerja sama internasional perlu memasukkan dimensi informal ini sebagai bagian integral dari hubungan antaraktor global.

Berdasarkan dua definisi utama yang telah dibahas di atas, dapat disimpulkan bahwa kerja sama internasional merupakan proses interaktif yang melibatkan dua atau lebih aktor di tingkat global yang bekerja bersama untuk mencapai kepentingan kolektif, baik melalui mekanisme formal seperti perjanjian

antarnegara, maupun secara informal melalui hubungan masyarakat dan budaya. Definisi dari Holsti lebih menekankan pada aspek aktor negara dan rasionalitas kepentingan bersama sebagai dasar dari kerja sama, sedangkan definisi yang lebih kontemporer mengakui peran aktor non-negara serta keberagaman isu dan mekanisme kerja sama yang tidak hanya berbasis politik atau ekonomi, tetapi juga sosial dan budaya. Keduanya saling melengkapi dalam memberikan pemahaman utuh tentang makna kerja sama internasional dalam konteks hubungan global saat ini, yang semakin kompleks dan multipolar. Dengan demikian, kerja sama internasional bukan hanya persoalan kebijakan luar negeri, tetapi juga wujud nyata dari sinergi lintas batas untuk menciptakan stabilitas, kemajuan, dan pemahaman bersama antarbangsa.

2. Tujuan dan Bentuk Kerja Sama Internasional

Tujuan dari kerja sama internasional sangat beragam, namun secara umum mencakup (Rudy, 2002):

a. Menjaga Hubungan Baik Antarnegara

Salah satu tujuan fundamental dari kerja sama internasional adalah untuk menjaga dan memperkuat hubungan baik antarnegara. Dalam konteks hubungan bilateral maupun multilateral, kerja sama menjadi jembatan diplomasi yang memungkinkan negara-negara saling berinteraksi secara konstruktif dan damai. Kerja sama ini mendorong negara untuk tidak hanya berfokus pada kepentingan nasionalnya sendiri, tetapi juga mempertimbangkan kepentingan pihak lain melalui dialog, perundingan, dan kolaborasi. Dengan adanya kerja sama, potensi konflik

dapat diminimalisasi karena masing-masing pihak memiliki ruang komunikasi terbuka yang memungkinkan penyelesaian sengketa secara damai. Hal ini diperkuat oleh prinsip hubungan internasional modern yang menekankan pentingnya interdependensi di mana negara-negara saling membutuhkan dalam hal keamanan, ekonomi, dan sosial-budaya. Melalui kerja sama yang kontinu, kepercayaan dan saling pengertian antarbangsa dapat terbentuk, yang pada gilirannya menciptakan iklim internasional yang stabil dan kondusif untuk pembangunan global.

b. Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Kerja Sama Ekonomi

Tujuan lain yang sangat dominan dalam kerja sama internasional adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui kerja sama ekonomi lintas negara. Globalisasi telah membuka peluang luas bagi negara-negara untuk saling terhubung dalam sistem ekonomi dunia, dan kerja sama internasional menjadi medium penting untuk mengakses teknologi, investasi asing, pasar ekspor-impor, hingga transfer ilmu pengetahuan. Negara-negara berkembang, khususnya, sangat diuntungkan dari kerja sama dengan negara maju yang memiliki kapasitas teknologi dan modal yang tinggi. Sebagai contoh, dalam skema kerja sama pembangunan atau development cooperation, negara maju dapat memberikan bantuan teknis, keuangan, serta pelatihan sumber daya manusia kepada negara berkembang untuk mendorong pertumbuhan ekonomi mereka. Di sisi lain, kerja sama ekonomi juga berkontribusi terhadap pembukaan lapangan kerja, peningkatan daya saing industri lokal, dan peningkatan pendapatan nasional. Oleh karena itu, kerja sama internasional tidak hanya dilihat sebagai alat politik luar negeri, melainkan juga

sebagai instrumen pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara nyata.

c. Memperluas Pengaruh Politik dan Budaya

Dalam ranah hubungan internasional, kerja sama juga digunakan sebagai sarana untuk memperluas pengaruh politik dan budaya suatu negara di kancan global. Negara-negara kerap menjadikan kerja sama sebagai bagian dari strategi soft power, di mana tujuan utamanya adalah membentuk opini positif dan memperkuat posisi negara dalam tatanan global tanpa menggunakan kekuatan militer atau paksaan (hard power). Melalui kerja sama di bidang pendidikan, budaya, dan pertukaran teknologi, suatu negara dapat memperkenalkan nilai-nilai, sistem sosial, hingga ideologi politiknya kepada negara mitra. Hal ini bukan hanya memperkuat citra dan reputasi internasional negara tersebut, tetapi juga menciptakan jaringan pengaruh yang strategis di tingkat regional maupun global. Jepang, misalnya, melalui program *Cool Japan* menggunakan kerja sama budaya untuk memperluas daya tariknya secara global, termasuk di Indonesia. Dalam jangka panjang, pengaruh ini bisa menguntungkan dalam bentuk dukungan politik internasional, peluang kerja sama strategis, serta kestabilan diplomatik yang lebih kokoh.

d. Meningkatkan Keamanan dan Stabilitas Regional maupun Global

Kerja sama internasional juga memiliki fungsi penting dalam menciptakan dan menjaga keamanan serta stabilitas, baik di tingkat kawasan maupun secara global. Dalam dunia yang semakin saling terhubung, ancaman terhadap keamanan

tidak lagi bersifat lokal atau nasional semata, melainkan bersifat transnasional—seperti terorisme, kejahatan lintas negara, pandemi, dan perubahan iklim. Oleh karena itu, kerja sama menjadi kunci utama dalam merespons tantangan-tantangan tersebut secara kolektif. Misalnya, melalui organisasi multilateral seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), ASEAN, atau NATO, negara-negara dapat menyusun strategi bersama untuk menjaga perdamaian, mencegah konflik, serta melakukan intervensi kemanusiaan bila dibutuhkan. Di kawasan Asia Tenggara, kerja sama keamanan ASEAN menjadi contoh konkret bagaimana kerja sama regional dapat berkontribusi terhadap stabilitas kawasan secara jangka panjang. Selain itu, dalam isu non-tradisional seperti keamanan siber dan krisis iklim, kerja sama internasional berperan penting dalam membentuk norma dan regulasi bersama untuk menghindari instabilitas global yang lebih luas

Adapun bentuk kerja sama internasional dapat berupa (Purnamasari et al, 2025):

a. Kerja Sama Bilateral

Kerja sama bilateral merupakan bentuk kerja sama internasional yang paling sederhana dan paling sering dijumpai dalam hubungan antarnegara (Candra, 2022). Kerja sama ini melibatkan dua pihak, biasanya dua negara, yang sepakat untuk menjalin relasi dalam bidang tertentu sesuai kepentingan bersama. Bentuk kerja sama bilateral dapat mencakup bidang politik, ekonomi, sosial, pendidikan, pertahanan, maupun budaya. Kelebihan dari kerja sama bilateral terletak pada fleksibilitas dan efektivitasnya, karena hanya melibatkan dua pihak sehingga proses negosiasi dan pelaksanaan kebijakan lebih cepat dan langsung. Biasanya, kerja sama ini dituangkan dalam bentuk nota kesepahaman (MoU), perjanjian kerja sama

(agreement), atau kontrak resmi antar kedua negara. Selain itu, kerja sama bilateral juga memungkinkan pembentukan hubungan diplomatik yang lebih erat dan berkelanjutan karena komunikasi dilakukan secara langsung tanpa harus melalui forum multilateral yang rumit. Namun demikian, keberhasilan kerja sama bilateral sangat ditentukan oleh stabilitas politik kedua negara, kesetaraan kepentingan, serta konsistensi pelaksanaan kesepakatan yang telah dibuat.

b. Kerja Sama Multilateral

Kerja sama multilateral adalah bentuk kerja sama internasional yang melibatkan lebih dari dua negara dalam suatu kerangka kerja bersama yang diatur oleh prinsip, struktur, dan mekanisme tertentu (Purnamasari et al, 2025). Kerja sama ini biasanya berlangsung dalam forum atau organisasi internasional, seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), Organisasi Perdagangan Dunia (WTO), atau Forum Kerja Sama Ekonomi Asia-Pasifik (APEC). Tujuan utama kerja sama multilateral adalah untuk mencapai konsensus atas isu-isu global yang kompleks dan membutuhkan kolaborasi kolektif, seperti perdagangan bebas, pengentasan kemiskinan, perubahan iklim, serta stabilitas dan perdamaian dunia. Meskipun kerja sama ini bersifat inklusif dan memberikan kesempatan kepada banyak negara untuk terlibat, tantangan utama dalam kerja sama multilateral adalah proses pengambilan keputusan yang cenderung lambat karena harus mempertimbangkan banyak kepentingan nasional yang berbeda. Meski demikian, kerja sama multilateral tetap menjadi pilar penting dalam tata kelola global, karena menyediakan platform legal, moral, dan politis untuk membangun tatanan dunia yang lebih tertib, adil, dan damai.

c. Kerja Sama Teknis

Kerja sama teknis adalah bentuk kerja sama internasional yang lebih bersifat praktis dan operasional (Candra, 2022). Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kapasitas teknis suatu negara atau institusi melalui transfer ilmu pengetahuan, pelatihan, konsultasi ahli, pengiriman tenaga profesional, atau penyediaan sarana-prasarana. Bidang kerja sama teknis sangat luas, mulai dari pendidikan, kesehatan, energi, pertanian, hingga teknologi informasi. Bentuk kerja sama ini banyak dilakukan oleh negara maju kepada negara berkembang dalam rangka mendukung pembangunan berkelanjutan dan memperkecil kesenjangan antarnegara. Di tingkat global, kerja sama teknis juga sering dilakukan melalui lembaga internasional seperti UNDP, WHO, atau Bank Dunia. Kerja sama ini dianggap strategis karena tidak hanya memperkuat kapasitas kelembagaan dan sumber daya manusia, tetapi juga mendorong terjadinya transformasi sosial yang lebih mandiri dan berkelanjutan. Selain itu, kerja sama teknis juga menjadi alat diplomasi lunak yang efektif karena mampu mempererat hubungan tanpa tekanan politik, melainkan melalui bantuan nyata dan kebermanfaatannya langsung.

4. Kerja Sama Strategis dan Simbolik

Kerja sama strategis dan simbolik merupakan bentuk kerja sama internasional yang lebih menekankan pada aspek representasi, pencitraan, dan diplomasi kebudayaan. Kerja sama ini biasanya dilakukan dalam konteks promosi identitas negara, pembentukan opini publik internasional, serta perluasan pengaruh secara non-militer. Dalam praktiknya, kerja sama ini bisa diwujudkan dalam berbagai bentuk seperti kampanye budaya nasional, festival internasional, kerja sama media,

peluncuran misi kemanusiaan, hingga penyelenggaraan event olahraga global seperti Olimpiade atau Piala Dunia. Tujuan utama dari kerja sama simbolik adalah membangun citra positif negara di mata dunia serta menciptakan relasi emosional yang kuat dengan masyarakat internasional. Bentuk kerja sama ini sering kali menjadi bagian dari strategi *soft power* yang digunakan untuk meraih simpati, pengaruh, dan legitimasi global. Meskipun tidak selalu menghasilkan keuntungan material secara langsung, kerja sama simbolik sangat penting dalam jangka panjang karena dapat membentuk persepsi dan kepercayaan dunia terhadap suatu negara, yang pada akhirnya akan berdampak pada aspek politik, ekonomi, maupun budaya.

c. Kerja Sama Jepang-Indonesia

Hubungan bilateral Jepang dan Indonesia telah terjalin sejak tahun 1958 dan mencakup berbagai bidang, termasuk pendidikan, teknologi, dan budaya. Dalam bidang kebudayaan, Jepang secara aktif memperkenalkan nilai-nilai dan produk budayanya kepada masyarakat Indonesia melalui pertukaran budaya, penyelenggaraan festival, serta kolaborasi institusional antaruniversitas dan lembaga budaya.

B. Kerja Sama di Bidang Budaya

1. Pengertian Kerja Sama Budaya

Kerja sama budaya merupakan bentuk relasi antarnegara yang berfokus pada interaksi dan pertukaran nilai-nilai budaya dengan tujuan menciptakan saling pengertian dan kedekatan emosional antara masyarakat lintas batas negara (Siregar

& Nursyamsi, 2024). Dalam perspektif hubungan internasional, kerja sama budaya dipandang sebagai bagian dari diplomasi publik yang berorientasi pada komunikasi antarmasyarakat, bukan hanya antar elit negara. Menurut Joseph Nye (2004), kerja sama budaya merupakan salah satu instrumen utama dari kekuatan lunak (soft power), di mana unsur-unsur budaya digunakan untuk menarik simpati, membentuk persepsi positif, dan memperluas pengaruh suatu negara di ranah global tanpa paksaan. Dengan kata lain, melalui kerja sama budaya, suatu negara dapat menyampaikan identitasnya kepada dunia internasional dalam bentuk yang lebih halus, namun berdampak besar terhadap pembentukan citra dan legitimasi global.

Pengertian kerja sama budaya tidak terbatas pada aspek pertukaran kesenian atau tradisi lokal semata, melainkan telah berkembang menjadi kanal penting dalam diplomasi kontemporer (Setiawan, 2016). Dalam pandangan Edward T. Hall (1976), budaya adalah sistem komunikasi simbolik yang membentuk cara manusia memahami dunia. Oleh karena itu, ketika negara-negara menjalin kerja sama budaya, mereka sejatinya sedang membuka jalur komunikasi nilai dan makna yang sangat dalam. Bentuk kerja sama ini dapat mencakup festival budaya, pertukaran pelajar dan dosen, penyelenggaraan pameran internasional, hingga kolaborasi seni dan produksi kreatif lintas negara. Hal ini menunjukkan bahwa kerja sama budaya berperan besar dalam mendorong interaksi antarkomunitas global, membangun jembatan pengertian, serta menciptakan iklim toleransi dan penghargaan terhadap keberagaman budaya di dunia.

Dalam kerangka teoritik lain, UNESCO memandang kerja sama budaya sebagai bagian dari upaya internasional untuk menjaga warisan budaya umat

manusia, mendorong kebebasan berekspresi, serta memperkuat keberlanjutan budaya dalam menghadapi homogenisasi global. UNESCO menekankan bahwa kerja sama budaya tidak hanya bersifat politis, tetapi juga etis dan moral, karena menyangkut hak setiap bangsa untuk mempertahankan dan memperkenalkan budayanya secara adil di panggung internasional. Oleh karena itu, kerja sama budaya juga menjadi sarana penting dalam memperjuangkan keadilan kultural dan menghindari dominasi budaya tunggal. Misalnya, program pemajuan budaya lokal dari negara-negara berkembang dalam forum-forum multilateral menjadi bagian dari strategi untuk menjaga keberagaman budaya global dan mencegah hegemoni budaya negara-negara maju.

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi komunikasi, bentuk kerja sama budaya menjadi semakin kompleks dan menjangkau dimensi yang lebih luas. Saat ini, kerja sama budaya tidak lagi terbatas pada kegiatan yang difasilitasi oleh negara, tetapi juga digerakkan oleh aktor non-negara seperti komunitas, lembaga pendidikan, media massa, influencer global, hingga perusahaan hiburan internasional. Produk budaya populer seperti musik, film, animasi, fashion, dan gaya hidup menjadi medium baru yang sangat efektif dalam menyebarkan nilai-nilai budaya lintas negara. Bahkan, dalam konteks ini, kerja sama budaya seringkali tidak terencana secara formal, melainkan berkembang secara organik melalui arus informasi global dan interaksi digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa kerja sama budaya telah berevolusi dari sekadar diplomasi kebudayaan formal menjadi instrumen penting dalam pertukaran ide dan persepsi global yang bersifat horizontal dan partisipatif.

Berdasarkan berbagai pandangan di atas, dapat disimpulkan bahwa kerja sama budaya merupakan bentuk relasi internasional yang melibatkan pertukaran simbol, nilai, praktik, dan produk budaya antarnegara dengan tujuan memperkuat pemahaman, memperluas pengaruh, serta membangun citra positif suatu negara secara damai. Kerja sama ini tidak hanya penting dalam menjaga identitas dan warisan budaya, tetapi juga menjadi alat strategis dalam membentuk hubungan antarbangsa yang lebih harmonis dan berkelanjutan. Melalui kerja sama budaya, negara dapat menyampaikan siapa dirinya kepada dunia secara lebih halus namun bermakna, sekaligus menjadi bagian dari komunitas global yang saling belajar, saling menghargai, dan tumbuh bersama di tengah keberagaman.

2. Bentuk Kerja Sama Budaya

Dalam konteks hubungan internasional, kerja sama budaya merupakan instrumen penting yang tidak hanya menciptakan pertukaran nilai antarbangsa, tetapi juga memperkuat diplomasi lunak (*soft diplomacy*) dan meningkatkan pemahaman lintas budaya (Bernadette et al., 2022).. Bentuk kerja sama budaya kini semakin bervariasi, mengikuti perkembangan globalisasi serta kemajuan teknologi komunikasi yang mempercepat penyebaran budaya. Negara-negara menggunakan kerja sama budaya sebagai strategi untuk memperkuat hubungan bilateral, memperluas pengaruh, serta menanamkan citra positif di mata masyarakat internasional. Oleh karena itu, kerja sama ini tidak lagi terbatas pada pertunjukan kesenian atau pelestarian tradisi semata, melainkan juga mencakup dimensi pendidikan, ekonomi kreatif, media populer, hingga diplomasi publik. Beberapa bentuk kerja sama budaya yang umum dilakukan antara negara-negara di dunia antara lain sebagai berikut.

1. Pertama, pertukaran pelajar dan akademik merupakan bentuk kerja sama budaya yang paling mendasar dan strategis. Melalui program ini, pelajar atau mahasiswa dari suatu negara diberi kesempatan untuk belajar dan tinggal di negara lain selama periode tertentu. Program ini tidak hanya memberikan pengalaman akademik, tetapi juga membuka ruang interaksi sosial dan kultural secara langsung. Selama masa studi, para peserta pertukaran dapat mengenal bahasa, adat istiadat, nilai-nilai sosial, hingga dinamika kehidupan masyarakat setempat. Selain memperkaya pemahaman lintas budaya, pertukaran ini juga berperan dalam membentuk opini publik yang lebih positif terhadap negara tuan rumah. Banyak negara yang menjadikan program pertukaran ini sebagai instrumen soft power, karena dinilai efektif dalam membentuk hubungan jangka panjang di tingkat akar rumput. Program JENESYS (Japan-East Asia Network of Exchange for Students and Youths), misalnya, menjadi contoh nyata bagaimana pertukaran pelajar dikemas sebagai proyek kebudayaan dan diplomasi.
2. Kedua, festival dan pameran budaya juga menjadi sarana penting dalam menjalin dan memperkuat kerja sama budaya antarnegara. Melalui festival, suatu negara dapat menampilkan kekayaan seni dan budayanya secara langsung kepada publik luar negeri. Festival budaya kerap menampilkan berbagai pertunjukan seni tari, musik tradisional, seni rupa, kuliner, dan kegiatan edukatif lain yang bertujuan mengenalkan identitas budaya kepada khalayak internasional. Kegiatan ini bersifat interaktif dan terbuka untuk semua kalangan, sehingga memungkinkan terjadinya dialog budaya yang lebih cair dan terbuka. Pameran budaya juga memiliki nilai simbolik yang

kuat, karena dapat menggambarkan citra dan kepribadian bangsa secara visual dan naratif. Salah satu contoh festival budaya yang sukses membangun jembatan budaya antara dua negara adalah “Jak-Japan Matsuri,” yang mempertemukan budaya Jepang dan Indonesia melalui serangkaian kegiatan seni, workshop, kuliner, dan edukasi budaya yang diselenggarakan secara rutin di Jakarta.

3. Ketiga, bentuk kerja sama budaya juga diwujudkan melalui program beasiswa dan pelatihan seni. Program ini dirancang untuk mendukung pengembangan kapasitas individu dalam bidang seni, budaya, dan humaniora. Beasiswa seni biasanya diberikan kepada pelajar atau seniman muda dari luar negeri agar dapat menempuh pendidikan formal di institusi seni negara pemberi beasiswa. Selain itu, pelatihan seni bersifat nonformal dan lebih menekankan pada praktik langsung seperti pelatihan tari, teater, kerajinan, atau musik tradisional. Tujuan dari program ini adalah memperluas apresiasi dan pemahaman terhadap teknik dan filosofi seni dari negara lain. Dengan demikian, seniman peserta dapat membawa kembali keterampilan dan nilai-nilai yang diperoleh ke komunitas asalnya, sekaligus menjadi duta budaya informal bagi negara tempatnya belajar. Program ini juga dapat memperkuat jaringan antar-komunitas seni dan memperluas kolaborasi kreatif lintas negara.
4. Keempat, bentuk kerja sama budaya yang tak kalah penting adalah kolaborasi seni pertunjukan antarnegara. Kolaborasi ini dapat berupa produksi teater bersama, pertunjukan tari kolaboratif, konser musik lintas budaya, atau proyek film yang melibatkan dua atau lebih negara. Kolaborasi

seni pertunjukan tidak hanya menjadi panggung bagi ekspresi budaya yang beragam, tetapi juga mencerminkan semangat keterbukaan, kesetaraan, dan kerja sama dalam merayakan perbedaan. Kegiatan ini sering kali menghasilkan karya seni unik yang tidak hanya merefleksikan satu budaya, melainkan hasil pertemuan dua perspektif yang saling memperkaya. Di banyak negara, kolaborasi seni telah menjadi sarana efektif untuk membangun saling pengertian, memperkuat hubungan bilateral, dan memperluas pengaruh budaya secara damai. Tidak jarang pula proyek-proyek ini mendapat dukungan dari lembaga pemerintah, organisasi seni internasional, maupun inisiatif swasta yang mendorong diplomasi budaya melalui seni.

5. Kelima, di era digital saat ini, promosi budaya populer menjadi salah satu bentuk kerja sama budaya paling menonjol dan berpengaruh luas. Budaya populer seperti film, musik pop, animasi, kuliner, fashion, dan komik menjadi alat yang sangat efektif dalam menyebarkan nilai-nilai budaya secara global. Negara-negara yang memiliki produk budaya populer yang kuat sering kali memanfaatkan kekuatan ini sebagai bagian dari strategi diplomasi budaya. Konten-konten budaya pop yang dikonsumsi secara masif oleh generasi muda dunia memungkinkan terciptanya koneksi emosional dan afektif yang mendalam terhadap negara asal budaya tersebut. Anime, manga, J-Pop, serta tren kuliner dan gaya hidup modern menjadi simbol identitas budaya yang menarik minat internasional tanpa harus melalui jalur diplomatik formal. Dalam banyak kasus, promosi budaya populer bahkan mampu meningkatkan pariwisata, industri kreatif, dan kerja

sama ekonomi lintas negara, sehingga memberikan manfaat yang sangat luas bagi negara yang bersangkutan.

3. Strategi Jepang dalam Kerja Sama Budaya

Jepang merupakan salah satu negara yang sangat aktif dalam mengembangkan strategi kerja sama budaya sebagai bagian dari diplomasi luar negerinya. Sejak awal 2000-an, Jepang memperkenalkan konsep *Cool Japan* sebagai upaya terstruktur untuk mempromosikan budaya Jepang ke seluruh dunia. Strategi ini merupakan bagian dari *soft power* Jepang yang bertujuan membentuk citra positif di kancah global. Pemerintah Jepang melalui Kementerian Ekonomi, Perdagangan, dan Industri (METI) mendefinisikan *Cool Japan* sebagai “a strategy to disseminate Japan’s attractive culture such as anime, fashion, and cuisine to the world, thereby increasing the country’s international presence and fostering economic growth” (METI, 2010). Pendekatan ini menempatkan budaya populer sebagai instrumen penting dalam membangun hubungan sosial dan diplomatik antarnegara, sekaligus menjadi strategi ekonomi nasional.

Dalam implementasinya, Jepang membangun berbagai bentuk kerja sama budaya dengan negara lain, mulai dari pertukaran pelajar, program beasiswa, festival budaya, hingga pelatihan seni dan kolaborasi antar seniman. Salah satu program unggulan yang dilakukan adalah JENESYS (Japan-East Asia Network of Exchange for Students and Youths), yang bertujuan untuk memperkuat pemahaman dan kepercayaan antara Jepang dan negara-negara Asia Tenggara, termasuk Indonesia, melalui pertukaran budaya dan kunjungan edukatif. Menurut laporan Japan Foundation (2018), kerja sama ini dianggap berhasil dalam memperluas

jangkauan diplomasi Jepang dan meningkatkan ketertarikan generasi muda terhadap budaya Jepang. Melalui pendekatan ini, Jepang memosisikan diri bukan hanya sebagai negara maju secara teknologi, tetapi juga sebagai pusat budaya yang atraktif dan terbuka untuk kolaborasi.

Strategi *Cool Japan* juga diarahkan untuk menjawab tantangan zaman, khususnya terkait dengan persaingan global dalam industri budaya. Jepang menyadari bahwa budaya populer dapat menjadi aset diplomasi yang tidak kalah efektif dari kekuatan militer atau ekonomi. Seperti yang dijelaskan oleh Joseph Nye (2004), kekuatan lunak (*soft power*) yang berasal dari budaya, nilai, dan kebijakan luar negeri yang menarik dapat memberikan pengaruh yang lebih bertahan lama dibandingkan kekuatan keras (*hard power*). Dalam konteks ini, Jepang memanfaatkan kekuatan budaya populernya seperti anime, manga, J-Pop, dan kuliner untuk menciptakan daya tarik global. Bahkan, pada 2013, pemerintah Jepang membentuk *Cool Japan Fund*, sebuah dana investasi yang mendukung perusahaan swasta dalam memasarkan produk budaya Jepang ke luar negeri (*Cool Japan Fund Inc.*, 2013). Hal ini menegaskan bahwa strategi kerja sama budaya Jepang bukan hanya simbolik, tetapi telah menjadi kebijakan yang sistematis dan terintegrasi.

Melalui strategi kerja sama budaya ini, Jepang berhasil memperluas jangkauan pengaruhnya secara global tanpa menggunakan kekuatan koersif. Pendekatan ini tidak hanya memperkenalkan unsur-unsur budaya Jepang, tetapi juga menciptakan kedekatan emosional dan ketertarikan terhadap nilai-nilai kehidupan ala Jepang, seperti kerja keras, kedisiplinan, dan harmoni sosial. Dengan

mengedepankan kerja sama budaya sebagai bagian dari diplomasi publiknya, Jepang menunjukkan bagaimana budaya dapat menjadi alat diplomasi yang efektif dalam membentuk persepsi dan hubungan antarbangsa. Strategi ini sejalan dengan pandangan Nye (2004) bahwa budaya yang menarik mampu membentuk preferensi negara lain tanpa paksaan. Dengan demikian, kerja sama budaya ala Jepang menjadi model nyata dari diplomasi berbasis *soft power* yang berkelanjutan dan berdampak luas.

C. Diplomasi Budaya

1. Pengertian Diplomasi Budaya

Diplomasi budaya merupakan cabang dari diplomasi publik yang menekankan pada penggunaan elemen-elemen budaya sebagai alat komunikasi dan jembatan antara negara. Berbeda dengan diplomasi tradisional yang berfokus pada negosiasi politik atau ekonomi di antara elite pemerintahan, diplomasi budaya bekerja dalam ranah sosial dan kultural yang lebih luas, mencakup pertukaran seni, pendidikan, bahasa, nilai-nilai, dan kebiasaan masyarakat. Menurut Milton C. Cummings Jr. (2003), diplomasi budaya didefinisikan sebagai “the exchange of ideas, information, art, and other aspects of culture among nations and their peoples to foster mutual understanding.” Dengan kata lain, diplomasi ini bertujuan untuk menciptakan pemahaman dan saling pengertian yang mendalam antarbangsa melalui jalur budaya, bukan tekanan atau kekuatan koersif.

Dalam perkembangannya, diplomasi budaya menjadi semakin krusial di era globalisasi yang ditandai oleh pertukaran lintas negara yang cepat dan masif, baik melalui media digital maupun mobilitas manusia. Budaya kini bukan hanya simbol

identitas nasional, tetapi juga instrumen strategis dalam memperluas pengaruh suatu negara. Menurut teori *soft power* yang dikemukakan oleh Joseph S. Nye (2004), negara dapat memengaruhi perilaku negara lain bukan hanya melalui kekuatan militer (*hard power*) atau ekonomi, tetapi juga melalui daya tarik budayanya yang mampu membentuk persepsi dan preferensi publik asing. Diplomasi budaya menjadi bentuk konkret dari aplikasi *soft power* tersebut, karena ia memungkinkan sebuah negara membangun citra yang positif, menarik simpati, serta memperoleh legitimasi moral di mata internasional.

Banyak negara telah menyadari pentingnya diplomasi budaya sebagai bagian dari strategi kebijakan luar negeri mereka. Amerika Serikat, misalnya, melalui lembaga seperti the U.S. State Department dan badan kebudayaan seperti the Smithsonian Institution, secara aktif menyelenggarakan pameran budaya, pertukaran pelajar, dan festival seni internasional sebagai bagian dari upaya membentuk opini publik global. Demikian pula, Prancis dengan Alliance Française, Jerman melalui Goethe-Institut, dan Jepang melalui Japan Foundation, semua bergerak aktif dalam menyebarkan budaya mereka di luar negeri. Menurut Schneider (2006), diplomasi budaya “serves as a key tool to engage foreign publics and promote national interests in a non-threatening, persuasive manner.” Hal ini menunjukkan bahwa diplomasi budaya bukan hanya alat penyebaran budaya semata, tetapi juga bagian dari diplomasi strategis yang lebih besar.

Diplomasi budaya juga dapat mendorong dialog antarperadaban dan meredakan konflik. Dalam konteks dunia yang penuh ketegangan ideologis, agama, dan politik, pendekatan budaya menawarkan ruang dialog yang lebih netral dan

bersahabat. Kegiatan seperti pertunjukan seni lintas negara, kolaborasi film, pertukaran pelajar, dan kuliner antarbangsa berfungsi sebagai media rekonsiliasi yang mengedepankan kemanusiaan di atas perbedaan politik. Seperti dijelaskan oleh Mark Leonard (2002) dalam *Public Diplomacy*, diplomasi budaya “can be a long-term investment in a country’s image and a way of building lasting relationships that can pay dividends in times of political tension.” Oleh karena itu, diplomasi budaya memainkan peran strategis dalam menciptakan harmoni antarbangsa dan mendukung stabilitas global.

Dari berbagai pendapat dan teori yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa diplomasi budaya adalah bentuk diplomasi yang menggunakan kekuatan budaya untuk membangun pengaruh, mempererat hubungan internasional, serta menciptakan pemahaman dan simpati lintas negara. Diplomasi ini bersifat non-koersif, berbasis pada daya tarik, dan menjadi elemen penting dalam kekuatan lunak sebuah negara. Dengan menjadikan budaya sebagai medium utama, diplomasi budaya berkontribusi besar terhadap perdamaian global, pertukaran nilai, dan pembentukan citra positif bangsa di mata dunia.

2. Peran Diplomasi Budaya dalam Soft Power

Konsep soft power, yang diperkenalkan oleh Joseph S. Nye pada awal 1990-an, telah merevolusi cara negara-negara memandang pengaruh dalam hubungan internasional. Nye (2004) mendefinisikan *soft power* sebagai “the ability to get what you want through attraction rather than coercion or payments.” Dengan kata lain, *soft power* memungkinkan suatu negara memengaruhi pihak lain tidak dengan kekuatan militer atau tekanan ekonomi, melainkan melalui daya tarik budaya, nilai-

nilai politik, dan legitimasi moral kebijakan luar negerinya. Dalam kerangka ini, diplomasi budaya memainkan peran sentral karena ia merupakan instrumen yang secara langsung memanfaatkan kekuatan budaya untuk menciptakan ketertarikan dan empati terhadap negara asalnya. Diplomasi budaya membentuk persepsi dan citra negara secara halus, seringkali melalui interaksi sosial, pertukaran pendidikan, festival seni, film, musik, hingga kuliner.

Diplomasi budaya bekerja sebagai katalis dalam memperkuat *soft power* karena ia menjangkau aktor non-negara, terutama masyarakat umum dan komunitas budaya. Menurut Riordan (2005), “cultural diplomacy offers a subtler, longer-term strategy of engagement based on mutual respect and understanding.” Hal ini sangat penting dalam membangun hubungan jangka panjang yang berbasis pada kepercayaan dan keterikatan emosional. Ketika masyarakat suatu negara mengapresiasi budaya asing, mereka cenderung memiliki sikap yang lebih terbuka dan ramah terhadap kebijakan luar negeri maupun aktor politik dari negara tersebut. Oleh karena itu, diplomasi budaya bukan hanya berperan dalam promosi kebudayaan semata, melainkan juga merupakan upaya strategis untuk membentuk opini publik global yang menguntungkan.

Dalam konteks Jepang, penggunaan diplomasi budaya sebagai alat *soft power* sangat terlihat melalui berbagai inisiatif strategis. Jepang memanfaatkan budaya populernya seperti anime, manga, musik J-Pop, dan mode Harajuku—untuk membentuk citra global yang dinamis, modern, dan kreatif. Program *Cool Japan* yang diluncurkan oleh pemerintah Jepang pada awal 2000-an merupakan salah satu bentuk konkret dari strategi ini. Menurut Daliot-Bul (2009), *Cool Japan* merupakan

“a national branding strategy that attempts to capitalize on Japan’s cultural resources to enhance its international presence and competitiveness.” Selain itu, pembukaan cabang Japan Foundation di berbagai negara, pemberian beasiswa budaya, serta penyelenggaraan festival kebudayaan Jepang di luar negeri semakin memperkuat daya tarik Jepang di mata dunia. Dengan memadukan diplomasi budaya dengan pengelolaan citra nasional secara sistematis, Jepang berhasil meningkatkan soft power-nya secara signifikan, terutama di kalangan generasi muda internasional.

Efektivitas diplomasi budaya dalam membangun *soft power* juga dipengaruhi oleh konsistensi dan keterbukaan suatu negara dalam mengelola narasi budayanya. Negara yang mampu menunjukkan keaslian budaya, toleransi, serta menghargai keberagaman biasanya memiliki daya tarik yang lebih kuat dan tahan lama. Menurut Snow dan Taylor (2009), diplomasi budaya tidak hanya sekadar penyebaran budaya, tetapi merupakan proses dua arah yang melibatkan pertukaran dan dialog lintas budaya. Dengan demikian, peran diplomasi budaya dalam kerangka *soft power* bukanlah sekadar instrumen propaganda, melainkan sebagai jembatan yang membangun pemahaman dan kepercayaan antarbangsa secara berkelanjutan.

3. Strategi Diplomasi Budaya Jepang melalui Cool Japan

Strategi diplomasi budaya Jepang melalui program *Cool Japan* merupakan salah satu contoh konkret bagaimana negara menggunakan industri kreatif sebagai instrumen soft power. Secara resmi diluncurkan pada tahun 2010 oleh Kementerian Ekonomi, Perdagangan dan Industri Jepang (Ministry of Economy, Trade and

Industry/ METI), *Cool Japan* bertujuan untuk mempromosikan berbagai aspek budaya kontemporer Jepang ke dunia internasional. Fokus utama dari program ini mencakup anime, manga, J-Pop, video game, fesyen Harajuku, kuliner Jepang (seperti sushi dan ramen), serta teknologi konsumen. Menurut METI (2011), *Cool Japan* is a policy to disseminate Japan's cultural attractiveness and lifestyle to the world to increase the nation's presence and economic growth through cultural and creative industries. Inisiatif ini tidak hanya bertujuan meningkatkan citra positif Jepang, tetapi juga mendongkrak potensi ekspor budaya sebagai sektor ekonomi strategis.

Cool Japan menjadi bagian dari strategi branding nasional yang menggunakan budaya populer sebagai daya tarik utama. Program ini memperluas pendekatan diplomasi budaya tradisional Jepang yang sebelumnya lebih menekankan pada budaya klasik seperti kabuki, ikebana, dan upacara minum teh. Menurut Iwabuchi (2015), *Cool Japan* represents a shift from cultural diplomacy based on 'traditional Japan' to a more dynamic and market-oriented image that appeals to the younger global generation. Dengan menggunakan kekuatan pasar dan citra modern, Jepang berupaya membangun hubungan emosional dengan audiens luar negeri, terutama generasi muda, melalui produk-produk budaya yang dikonsumsi secara global. Hal ini menunjukkan bagaimana *Cool Japan* tidak sekadar berperan dalam pertukaran budaya, tetapi juga sebagai strategi pemasaran identitas nasional.

Efektivitas *Cool Japan* sebagai alat diplomasi budaya tidak terlepas dari tantangan internal dan eksternal. Beberapa kritik menyebut bahwa kebijakan ini

terlalu didominasi oleh pendekatan pemerintah yang kaku dan kurang melibatkan komunitas kreatif lokal. Dalam analisisnya, McGray (2002) menyatakan bahwa “Japan’s gross national cool is more bottom-up than top-down, driven by independent creators and fans rather than government policy.” Kritik ini menunjukkan pentingnya peran aktor non-negara seperti perusahaan, seniman, dan komunitas fandom dalam diplomasi budaya yang berbasis budaya populer. Oleh karena itu, untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan, *Cool Japan* harus membuka ruang kolaboratif yang lebih luas bagi pelaku industri kreatif, baik di dalam negeri maupun secara internasional.

Secara keseluruhan, *Cool Japan* mencerminkan evolusi diplomasi budaya Jepang ke arah yang lebih strategis, modern, dan relevan dengan lanskap global saat ini. Program ini tidak hanya memperkenalkan citra Jepang sebagai negara berteknologi tinggi dengan warisan budaya kaya, tetapi juga sebagai negara yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan budaya global. Melalui sinergi antara kebijakan publik, pasar budaya, dan partisipasi masyarakat global, *Cool Japan* menjadi representasi nyata dari penerapan *soft power* dalam kebijakan luar negeri Jepang. Sebagaimana dinyatakan oleh Nye (2004), “*soft power* rests on the ability to shape the preferences of others through appeal and attraction,” dan *Cool Japan* menjadi salah satu instrumen utama Jepang untuk mewujudkan hal tersebut.

Beberapa elemen utama dalam strategi diplomasi budaya Jepang melalui *Cool Japan* antara lain (Azhari & Surya, 2024):

1. Promosi konten kreatif Jepang melalui media digital dan platform streaming global (contoh: Netflix, Crunchyroll)

2. Festival budaya Jepang di luar negeri (contoh: Anime Festival Asia, Japan Expo)
3. Kolaborasi bisnis dan budaya, misalnya restoran Jepang yang berkolaborasi dengan karakter anime
4. Kemitraan dengan pemerintah lokal dan swasta, termasuk dukungan terhadap komunitas penggemar budaya Jepang di negara-negara mitra

4. Penerimaan Budaya Jepang di Indonesia

Penerimaan budaya Jepang di Indonesia telah mengalami perkembangan signifikan sejak akhir abad ke-20, dimulai dengan masuknya anime dan tokusatsu yang disiarkan melalui televisi nasional pada dekade 1980-an dan 1990-an. Anime seperti Doraemon, Dragon Ball, dan Sailor Moon menjadi tontonan populer anak-anak Indonesia dan berperan sebagai pintu gerbang awal dalam mengenal kebudayaan Jepang. Fenomena ini tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan bagian dari strategi ekspor budaya Jepang yang difasilitasi oleh kemajuan industri hiburan Jepang. Seperti yang dicatat oleh Koichi Iwabuchi dalam bukunya *Recentring Globalization* (2002), “Japanese popular culture such as anime and pop music has increasingly gained popularity in Asia not merely due to cultural proximity, but because of their highly consumable and transnational appeal.”

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, akses terhadap budaya Jepang di Indonesia pun semakin meluas. Internet dan media sosial menjadi media utama dalam menyebarkan konten budaya Jepang secara instan dan masif. Generasi muda Indonesia kini dapat dengan mudah menikmati anime, manga, musik J-Pop, game Jepang, hingga kuliner melalui platform streaming dan komunitas daring.

Dalam laporan tahunan Japan Foundation Survey on Japanese-Language Education (2018), disebutkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan jumlah pelajar bahasa Jepang terbesar kedua di dunia, setelah Cina. Hal ini menunjukkan tingginya minat masyarakat Indonesia, terutama kalangan muda, terhadap bahasa dan budaya Jepang sebagai identitas budaya global yang menarik.

Selain itu, berbagai kegiatan budaya yang diselenggarakan secara rutin turut mendorong peningkatan penerimaan budaya Jepang di Indonesia. Acara tahunan seperti Jak-Japan Matsuri, Ennichisai, hingga Japan Pop Culture Festival menjadi ruang interaksi budaya yang mempertemukan penggemar budaya Jepang dengan pelaku budaya Jepang langsung. Menurut Budianta (2017) dalam jurnal *Komunitas*, “festival budaya seperti ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai forum diplomasi kultural yang mempererat hubungan antarbangsa di tingkat akar rumput.” Partisipasi aktif dari komunitas cosplay, klub anime, hingga penggemar musik Jepang di berbagai kota di Indonesia juga menegaskan bahwa budaya Jepang tidak lagi dianggap asing, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup modern sebagian masyarakat Indonesia.

Penerimaan budaya Jepang di Indonesia juga tercermin dalam bidang akademik dan ekonomi kreatif. Beberapa universitas di Indonesia membuka program studi bahasa dan budaya Jepang, serta menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan di Jepang. Sementara itu, di bidang ekonomi, banyak produk Jepang yang laris di pasar Indonesia berkat citra positif budaya Jepang itu sendiri. Seperti dikemukakan oleh Nye (2004) dalam bukunya *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, “when a country’s culture includes universal values and its

policies promote values that others can admire, it makes a country more attractive.” Jepang telah berhasil menjadikan budayanya sebagai produk ekspor yang tidak hanya ekonomis, tetapi juga ideologis dan emosional.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerimaan budaya Jepang di Indonesia merupakan hasil dari kombinasi antara daya tarik budaya Jepang, strategi diplomasi budaya yang efektif, dan kesiapan masyarakat Indonesia dalam menerima serta mengadaptasi unsur budaya asing. Budaya Jepang tidak hanya dikonsumsi secara pasif, melainkan juga direproduksi, disesuaikan, dan dijadikan bagian dari identitas anak muda urban Indonesia. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa budaya sebagai alat diplomasi mampu membangun jembatan yang kuat antarbangsa tanpa kekuatan koersif, melainkan melalui ketertarikan, empati, dan kesamaan nilai yang terbentuk secara kultural.

Faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan ini antara lain:

a. Daya tarik visual dan naratif dari produk budaya Jepang

Salah satu aspek yang membuat budaya Jepang mudah diterima di Indonesia adalah kekuatan visual dan naratif yang dimiliki oleh produk budayanya seperti anime, manga, dan J-drama. Daya tarik ini tidak hanya terletak pada ilustrasi atau tampilan artistik semata, tetapi juga pada kompleksitas cerita dan kedalaman karakter. Dalam bukunya *Anime from Akira to Princess Mononoke*, Susan J. Napier (2001) menjelaskan bahwa anime Jepang memiliki gaya penceritaan yang khas—menggabungkan unsur mitologi, psikologi, dan drama sosial—yang berbeda dari narasi

kartun barat. Visualisasi dunia fantasi yang unik, emosi yang diekspresikan secara intens, serta tema universal seperti keberanian, pengorbanan, dan pencarian jati diri membuat produk budaya Jepang dapat dengan mudah diterima oleh generasi muda Indonesia yang haus akan hiburan berkualitas dan bermakna.

b. Komunitas penggemar (fanbase) yang aktif dan solid

Keberhasilan budaya Jepang di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari peran komunitas penggemar yang sangat aktif, baik secara online maupun offline. Komunitas ini menjadi agen penyebar budaya yang efektif melalui kegiatan cosplay, fan art, event komunitas, hingga diskusi daring seputar anime dan manga. Henry Jenkins (2006) dalam *Convergence Culture* menyatakan bahwa penggemar kini bukan lagi konsumen pasif, tetapi produsen makna budaya baru dalam ruang yang disebut “participatory culture.” Di Indonesia, fanbase ini membentuk ekosistem yang mendukung keberlangsungan budaya Jepang, seperti melalui forum daring (misalnya Kaskus Anime Community), akun-akun media sosial tematik, hingga penyelenggaraan event lokal seperti Jejepangan Fest, Nihon no Matsuri, dan sejenisnya. Keberadaan mereka tidak hanya memperluas jangkauan budaya Jepang, tetapi juga mengadaptasikannya ke dalam konteks lokal Indonesia.

c. Aksesibilitas konten melalui media digital

Kemajuan teknologi informasi, khususnya media digital, telah membuka pintu lebar-lebar bagi penyebaran budaya Jepang ke seluruh

dunia, termasuk Indonesia. Platform streaming seperti Netflix, Crunchyroll, YouTube, dan bahkan TikTok memudahkan generasi muda Indonesia mengakses konten Jepang tanpa hambatan waktu dan tempat. Selain itu, kemunculan fansub (subtitle buatan penggemar) dan scanlation (terjemahan manga oleh komunitas) turut membantu masyarakat yang tidak menguasai bahasa Jepang untuk tetap dapat menikmati kontennya. Menurut studi Japan Foundation (2018), media digital memegang peran vital dalam menjangkau khalayak internasional dan memperkenalkan budaya Jepang melalui jalur nonformal. Fenomena ini juga sejalan dengan pandangan McLuhan (1964) bahwa media adalah perpanjangan dari manusia—dan dalam konteks ini, menjadi saluran utama diplomasi budaya melalui penyebaran nilai dan gaya hidup Jepang.

d. Festival budaya Jepang yang rutin diselenggarakan

Penerimaan budaya Jepang di Indonesia juga semakin kuat berkat konsistensi penyelenggaraan berbagai festival budaya Jepang di berbagai kota besar. Festival-festival ini tidak hanya menampilkan pertunjukan seni seperti taiko, ikebana, atau tari tradisional, tetapi juga membuka ruang interaksi budaya lewat stan kuliner, workshop kaligrafi, cosplay competition, serta pemutaran film Jepang. Salah satu contoh paling terkenal adalah Jak-Japan Matsuri yang diselenggarakan setiap tahun di Jakarta dengan dukungan Kedutaan Besar Jepang. Festival ini menjadi wahana pertukaran budaya dan memperkuat hubungan people-to-people antara Jepang dan Indonesia. Seperti yang dijelaskan oleh Bound et al. (2007)

dalam Cultural Diplomacy, festival budaya merupakan alat efektif dalam memperkuat hubungan sosial dan persepsi publik terhadap suatu negara, terutama dalam konteks diplomasi budaya dan soft power.

D. Diplomasi Politik

Diplomasi politik merupakan salah satu pilar utama dalam strategi kebijakan luar negeri suatu negara, berfokus pada pencapaian kepentingan nasional melalui negosiasi, perjanjian bilateral maupun multilateral, serta pembangunan aliansi strategis. Hocking (2014) menekankan bahwa diplomasi politik tidak hanya menyangkut proses formal antarnegara, tetapi juga strategi jangka panjang untuk menempatkan negara dalam posisi geopolitik yang menguntungkan. Dalam konteks hubungan Indonesia dan Jepang, diplomasi politik telah berlangsung sejak awal pembentukan hubungan bilateral pada tahun 1958, dengan fokus awal pada perdagangan dan investasi, hingga pada era modern di mana perjanjian teknologi, energi, dan kerja sama pertahanan mulai menjadi agenda. Strategi politik ini menjadi fondasi bagi berbagai inisiatif non-politik, termasuk ekspansi budaya Jepang melalui program Cool Japan, karena adanya stabilitas politik dan kepastian hukum membuat investasi budaya lebih mudah dilaksanakan

Keberhasilan diplomasi politik Jepang tercermin dalam kerangka kerja sama formal yang mendukung Cool Japan. Perjanjian perdagangan bebas, proteksi hak kekayaan intelektual, dan nota kesepahaman bilateral dalam bidang pendidikan dan industri kreatif memberikan payung hukum bagi perusahaan Jepang untuk beroperasi di Indonesia. Hal ini memungkinkan proyek-proyek budaya seperti festival anime, penyediaan konten digital, dan kolaborasi akademik berlangsung

dengan dukungan pemerintah kedua negara, sehingga *Cool Japan* bukan sekadar promosi budaya, tetapi bagian dari strategi diplomasi yang tersinergi. Dalam praktiknya, diplomasi politik Jepang telah memperkuat jaringan institusi yang memfasilitasi interaksi antara pejabat, pengusaha, dan komunitas kreatif, sehingga tercipta koordinasi lintas sektor yang mendukung keberhasilan *Cool Japan*.

Selain itu, diplomasi politik juga memainkan peran penting dalam menjaga citra Jepang di mata publik Indonesia. Melalui mekanisme pertemuan resmi, kunjungan kenegaraan, dan forum bilateral, Jepang mampu menyampaikan komitmen strategisnya terhadap pembangunan ekonomi, pendidikan, dan teknologi di Indonesia. Pendekatan ini menunjukkan bahwa diplomasi politik tidak selalu bersifat keras atau coercive, tetapi bisa membangun fondasi kepercayaan dan legitimasi yang menjadi syarat bagi ekspansi budaya. Dalam konteks *Cool Japan*, dukungan politik membuat aktivitas budaya Jepang seperti penyelenggaraan *Jak-Japan Matsuri*, pertukaran mahasiswa, dan proyek pelatihan kreatif memperoleh legitimasi resmi sehingga diterima lebih luas oleh masyarakat.

Akhirnya, diplomasi politik memungkinkan Jepang memanfaatkan *soft power* dengan lebih efektif. Dengan adanya kesepakatan bilateral dan kerja sama resmi, *Cool Japan* dapat menyebarkan nilai-nilai budaya Jepang secara aman dan terstruktur, sekaligus memperkuat citra Jepang sebagai negara modern dan kreatif. Proses ini memperlihatkan sinergi antara diplomasi keras dan lunak, di mana intervensi politik memberikan ruang dan legitimasi bagi kegiatan non-politik untuk berfungsi sebagai instrumen pengaruh internasional. Dengan demikian, diplomasi politik tidak hanya menjadi alat pencapaian kepentingan negara secara langsung,

tetapi juga sebagai basis strategis bagi suksesnya program *soft power* seperti *Cool Japan*.

E. Diplomasi Ekonomi

Diplomasi ekonomi menekankan pada upaya suatu negara untuk memaksimalkan kepentingan ekonominya melalui hubungan internasional, mencakup perdagangan, investasi, dan promosi sektor industri. Bayne & Woolcock (2011) menegaskan bahwa diplomasi ekonomi sangat penting bagi negara berkembang maupun maju karena dapat menarik investor, meningkatkan ekspor, dan memperkuat posisi dalam rantai nilai global. Jepang memanfaatkan diplomasi ekonomi untuk mendukung *Cool Japan* dengan menyediakan pendanaan melalui *Cool Japan Fund*, yang merupakan badan publik-swasta dengan investasi triliunan yen untuk mendukung industri kreatif di luar negeri, termasuk Indonesia. Pendekatan ini memungkinkan Jepang tidak hanya mengeksport produk budaya, tetapi juga membangun ekosistem industri kreatif yang berkelanjutan di negara target

Lebih lanjut, diplomasi ekonomi Jepang juga mencakup dukungan terhadap UMKM dan perusahaan kreatif lokal Indonesia yang menjadi mitra dalam proyek budaya. Misalnya, kerja sama dengan pelaku industri game, restoran Jepang, dan studio animasi lokal memungkinkan nilai ekonomi dihasilkan dari promosi budaya, sekaligus memperkuat basis ekonomi lokal. Proses ini menunjukkan bahwa *Cool Japan* bukan hanya agenda budaya, tetapi juga strategi investasi yang menguntungkan kedua negara. Dengan kata lain, dampak ekonomi yang timbul

merupakan bagian integral dari diplomasi ekonomi yang dipadukan dengan soft power, sehingga menciptakan hubungan saling menguntungkan (win-win solution).

Selain itu, diplomasi ekonomi juga memperluas pengaruh Jepang melalui inovasi produk dan layanan yang terkait budaya. Misalnya, Jepang mendorong penerapan standar kualitas makanan, merchandise, dan distribusi media kreatif di Indonesia yang mengikuti nilai estetika Jepang. Pendekatan ini tidak hanya mendorong pertumbuhan bisnis, tetapi juga membentuk persepsi positif terhadap Jepang di kalangan masyarakat Indonesia. Dengan kata lain, kegiatan ekonomi yang diselenggarakan melalui *Cool Japan* berperan sebagai medium untuk menyebarkan nilai-nilai budaya Jepang secara tidak langsung, sehingga efek diplomasi menjadi multifaset, mencakup ekonomi, budaya, dan sosial

Akhirnya, diplomasi ekonomi menciptakan sinergi antara kepentingan nasional Jepang dan tujuan *soft power*. Investasi yang tersalur melalui *Cool Japan Fund* tidak hanya meningkatkan ekspor dan profit, tetapi juga mendukung pengembangan sumber daya manusia, pertukaran kreatif, dan jaringan industri di Indonesia. Dampak ini memperlihatkan bahwa diplomasi ekonomi yang terintegrasi dengan strategi budaya menghasilkan efek domino: keuntungan finansial, penyebaran nilai budaya, dan peningkatan citra nasional Jepang secara bersamaan. Dengan demikian, diplomasi ekonomi menjadi pilar penting yang memungkinkan *Cool Japan* berjalan efektif sebagai instrumen *soft power*.

F. Diplomasi Publik

Diplomasi publik merupakan strategi yang menekankan interaksi langsung dengan masyarakat asing untuk membentuk opini positif terhadap negara tertentu.

Nye (2004) menegaskan bahwa diplomasi publik menggunakan kekuatan lunak (*soft power*) untuk menarik simpati melalui budaya, nilai, dan kebijakan yang menginspirasi. Dalam konteks *Cool Japan*, diplomasi publik tercermin melalui festival budaya, penyebaran anime, manga, kuliner Jepang, serta program pertukaran budaya dan pendidikan yang menghadirkan pengalaman langsung bagi masyarakat Indonesia. Pendekatan ini memungkinkan masyarakat merasakan budaya Jepang secara partisipatif, bukan sekadar konsumsi pasif

Implementasi diplomasi publik juga dilakukan melalui kerja sama dengan komunitas lokal, sekolah, dan lembaga kreatif. Misalnya, festival Jak-Japan Matsuri, Ennichisai, dan program pertukaran pelajar menunjukkan keterlibatan langsung masyarakat dalam kegiatan budaya Jepang. Herpinando & Arisanto (2021) menyatakan bahwa metode partisipatif ini memperkuat keterikatan emosional masyarakat terhadap budaya Jepang, sekaligus menumbuhkan persepsi positif yang mendukung tujuan diplomasi Jepang. Melalui interaksi ini, Jepang dapat membentuk persepsi publik yang stabil, yang pada gilirannya mendukung pencapaian tujuan strategis jangka panjang seperti nation branding.

Lebih jauh lagi, diplomasi publik membantu mengintegrasikan komponen ekonomi dan politik ke dalam strategi budaya. Misalnya, partisipasi publik dalam festival dan pertukaran budaya dapat meningkatkan potensi ekonomi, seperti pariwisata, konsumsi produk kreatif, dan investasi lokal. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa diplomasi publik tidak berdiri sendiri, tetapi berfungsi sebagai medium penguatan *soft power* yang bersinergi dengan diplomasi politik dan

ekonomi. Dengan cara ini, *Cool Japan* tidak hanya menjadi alat budaya, tetapi juga instrumen pembangunan hubungan bilateral yang komprehensif.

Akhirnya, diplomasi publik memungkinkan Jepang membangun citra sebagai negara modern, kreatif, dan menarik di mata masyarakat Indonesia. Pendekatan ini menciptakan komunikasi dua arah, di mana Jepang tidak hanya mengekspor budaya, tetapi juga mendengarkan respons, minat, dan preferensi audiens lokal. Proses ini memperkuat legitimasi dan efektivitas strategi Cool Japan, karena persepsi positif masyarakat menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan *soft power* Jepang dalam jangka panjang.

G. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil Temuan
1	Azhari & Surya (2024)	<i>Diplomasi Budaya Jepang Melalui Strategi Cool Japan di Indonesia (Global Political Studies Journal, Vol. 8 No. 2)</i>	Deskriptif kualitatif (wawancara & studi pustaka)	<i>Cool Japan</i> berhasil memperkuat nation branding Jepang, meningkatkan nilai ekspor industri kreatif, serta mempererat hubungan bilateral melalui pertukaran budaya.
2	Dewanti (2021)	<i>Pengaruh Cool Japan terhadap Diplomasi Budaya Jepang-Indonesia pada Masa Pemerintahan Joko Widodo Tahun 2014-2019</i>	Kualitatif deskriptif	Strategi <i>Cool Japan</i> sukses memperluas penerimaan budaya Jepang di Indonesia, terutama anime, manga, cosplay, kuliner, dan musik; berdampak pada diplomasi, sosial, dan ekonomi kedua negara.

3	Asnasari, Inayah & Lestari (2023)	<i>Diplomasi Publik Baru Jepang Melalui “Cool Japan Strategy” Untuk Mendukung Kepentingan Nasional Jepang di Indonesia dan Vietnam (2015-2020) (Jurnal POLINTER, Univ. Lampung)</i>	Deskriptif kualitatif (studi pustaka, dokumentasi, wawancara)	<i>Cool Japan</i> mendukung kepentingan nasional Jepang dengan menyebarkan budaya populer dan tradisional, serta mendorong kontribusi pada ekonomi domestik Jepang.
4	Garmabar, Rifai & Hakim (2023)	<i>Soft Diplomasi Jepang Melalui Anime dan Manga untuk Meningkatkan Nation Branding Jepang (Jurnal POLINTER, UNSIKA)</i>	Kualitatif (studi dokumentasi)	Anime & manga memperkuat citra Jepang di Indonesia, mendorong minat masyarakat pada budaya Jepang, serta meningkatkan wisatawan ke Jepang.

Pertama, artikel di *Global Political Studies Journal* (2024) karya Dinda Puan Maharani Azhari dan Aelina Surya menyoroti diplomasi budaya Jepang melalui strategi *Cool Japan* di Indonesia. Artikel ini lebih menekankan bagaimana Jepang menggunakan kekuatan budaya populer seperti anime, manga, musik J-pop, fashion, dan kuliner sebagai instrumen diplomasi publik. Maksud utamanya adalah menunjukkan bahwa budaya populer tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga medium strategis bagi Jepang untuk memperkuat citra negara, meningkatkan daya tarik, serta memperluas pengaruh di Indonesia. Artinya, Jepang memanfaatkan *soft power* melalui budaya yang dikemas modern sehingga lebih mudah diterima oleh masyarakat, terutama generasi muda Indonesia.

Kedua, karya Dewanti Herdwita Priesma (2021) lebih berfokus pada periode pemerintahan Joko Widodo 2014–2019, di mana hubungan diplomasi budaya

antara Jepang dan Indonesia mendapatkan momentum melalui program Cool Japan. Penelitian ini memperlihatkan bahwa kebijakan *Cool Japan* bukan hanya strategi Jepang untuk mengekspor budayanya, tetapi juga menjadi alat untuk mempererat hubungan bilateral, khususnya dalam ranah sosial-budaya. Penekanannya terletak pada bagaimana pemerintah Indonesia merespons dan menerima diplomasi budaya Jepang ini, terutama lewat popularitas anime, manga, dan cosplay yang semakin berkembang di kalangan anak muda Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa strategi diplomasi budaya Jepang berhasil membangun kedekatan emosional dan kultural, bukan sekadar hubungan politik atau ekonomi.

Secara keseluruhan, maksud dari kedua referensi tersebut adalah menjelaskan bahwa *Cool Japan* merupakan instrumen diplomasi budaya yang efektif bagi Jepang dalam meningkatkan citra dan memperluas pengaruhnya di Indonesia. Dari perspektif jurnal tahun 2024, *Cool Japan* dipandang sebagai bagian dari strategi besar diplomasi publik Jepang yang dijalankan konsisten hingga kini. Sementara itu, penelitian tahun 2021 menyoroti dampaknya secara spesifik di masa pemerintahan Joko Widodo, sehingga memberi gambaran konkret tentang penerimaan masyarakat Indonesia terhadap budaya Jepang. Jika digabungkan, keduanya menunjukkan bahwa diplomasi budaya Jepang melalui *Cool Japan* bukan sekadar tren sesaat, melainkan strategi jangka panjang yang memperkuat hubungan bilateral Jepang-Indonesia, terutama dengan memanfaatkan kekuatan budaya populer yang dekat dengan generasi muda.