

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah :

Jepang merupakan sebuah negara kepulauan di Asia Timur. Letaknya di ujung barat Samudra Pasifik, dan bertetangga dengan Republik Rakyat Tiongkok, Korea, dan Rusia. Pulau-pulau paling utara berada di Laut Okhotsk, dan wilayah paling selatan berupa kelompok pulau-pulau kecil di Laut Cina Timur, tepatnya di sebelah selatan Okinawa yang bertetangga dengan Taiwan.

Sebagai negara maju di bidang ekonomi, Jepang memiliki produk domestik bruto terbesar nomor dua setelah Amerika Serikat, dan masuk dalam urutan tiga besar dalam keseimbangan kemampuan berbelanja¹.

Pertumbuhan ekonomi riil dari tahun 1960-an hingga 1980-an sering disebut "keajaiban ekonomi Jepang", yakni rata-rata 10% pada tahun 1960-an, 5% pada tahun 1970-an, dan 4% pada tahun 1980-an². Dekade 1980-an merupakan masa keemasan ekspor otomotif dan barang elektronik ke Eropa dan Amerika Serikat sehingga terjadi surplus neraca perdagangan yang mengakibatkan konflik perdagangan. Setelah ditandatanganinya Perjanjian Plaza 1985, dolar AS mengalami depresiasi terhadap yen. Pada Februari 1987, tingkat diskonto resmi diturunkan hingga 2,5% agar produk

¹ "World Economic Outlook Database; country comparisons". IMF.

<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2006/02/data/weorept.aspx>. Diakses 2015-02-03.

² "Japan: Patterns of Development". country-data.com. January 1994. Diakses 2015-02-03.

manufaktur Jepang bisa kembali kompetitif setelah terjadi kemerosotan volume ekspor akibat menguatnya yen. Akibatnya, terjadi surplus likuiditas dan penciptaan uang dalam jumlah besar. Spekulasi menyebabkan harga saham dan real estat terus meningkat, dan berakibat pada penggelembungan harga aset. Harga tanah terutama menjadi sangat tinggi akibat adanya "mitos tanah" bahwa harga tanah tidak akan jatuh³. Ekonomi gelembung Jepang jatuh pada awal tahun 1990-an akibat kebijakan uang ketat yang dikeluarkan Bank of Japan pada 1989, dan kenaikan tingkat diskonto resmi menjadi 6%. Pada 1990, pemerintah mengeluarkan sistem baru pajak penguasaan tanah dan bank diminta untuk membatasi pendanaan aset properti. Indeks rata-rata Nikkei dan harga tanah jatuh pada Desember 1989 dan musim gugur 1990. Pertumbuhan ekonomi mengalami stagnasi pada 1990-an, dengan angka rata-rata pertumbuhan ekonomi riil hanya 1,7% sebagai akibat penanaman modal yang tidak efisien dan penggelembungan harga aset pada 1980-an. Institusi keuangan menanggung kredit bermasalah karena telah mengeluarkan pinjaman uang dengan jaminan tanah atau saham. Usaha pemerintah mengembalikan pertumbuhan ekonomi hanya sedikit yang berhasil dan selanjutnya terhambat oleh kelesuan ekonomi global pada tahun 2000⁴.

Jepang menghadapi pekerjaan rumah yang besar, yakni bagaimana untuk membangun kembali negaranya. Dan di saat itu pula Jepang mulai semakin

³ Kobayashi, Kayo (2005). *日本の経済: Japanese Economy*, The. IBC Publishing. ISBN 4-8968-4147-6.

⁴ "World Factbook; Japan—Economy". CIA. 2006-12-19. Diakses 2015-02-03.

meluaskan hubungan bilateralnya dan tak hanya dengan Negara Barat tetapi juga dengan Negara-negara yang terletak di Asia. Oleh karenanya saat ini Jepang tengah sibuk melakukan cara yang lebih soft dalam menata kembali negaranya salah satunya dengan berdiplomasi. Pada dunia internasional, diplomasi adalah suatu cara dan langkah tertentu yang digunakan oleh suatu Negara dalam mencapai kepentingan nasionalnya dalam hubungannya dengan Negara-negara internasional lain, ataupun masyarakat internasionalnya. Salah satunya diplomasi kebudayaan yang juga merupakan jenis diplomasi yang dimiliki manusia ataupun Negara.

Diplomasi kebudayaan merupakan macam-macam dari bentuk diplomasi. Pada masa sekarang ini menggunakan dimensi budaya sebagai alat diplomasi akan menjadi hal yang sangat penting, karena cara inilah merupakan cara damai dan tanpa unsur paksa didalamnya. Maka, diplomasi kebudayaan dapat dimaknai dengan sebagai suatu usaha Negara dalam memperjuangkan kepentingan nasionalnya dengan menggunakan dimensi kebudayaan baik seperti pendidikan, olahraga, kesenian, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan yang memiliki makna yang luas. Kebudayaan bukan hanya sekedar kesenian ataupun adat istiadat suatu daerah saja akan tetapi merupakan segala bentuk upaya dan hasil manusia.

Budaya Jepang sendiri mulai merasuki masyarakat dunia di akhir dekade 1980-an.⁵ Bentuk budaya Jepang dapat digambarkan dari berbagai produk kesenian

⁵ Iwabuchi, Kōichi. "Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism." Google Books Online. [e-book]

seperti chanoyu (upacara minum teh) dan ikebana (seni merangkai bunga), gaya berpakaian seperti cosplay dan Lolita fashion, music (J-Pop atau Japanese music) seperti idol grup , makanan tradisional seperti sushi dan ramen, olahraga seperti kendo dan sumo, dan lain sebagainya. Budaya Jepang yang kini mendunia lebih dikenal melalui manga (kartun Jepang), anime (animasi Jepang), games dan fashion. Manga dan anime merupakan kebudayaan yang ringan dan sifatnya komodifikasi. Model kartun khas Jepang ini menjadi kekuatan budaya sekaligus ekonomi bagi Jepang. Bentuk lain dari budaya Jepang adalah J-Drama (Japanese Dorama). Budaya ini berawal dari perkembangan dunia film Jepang yang memiliki keunikan tersendiri dalam menyampaikan kebiasaan orang Jepang. Beraneka ragam budaya di atas ini terkait sangat erat dengan dunia industri. Banyak orang yang diuntungkan dengan keberadaannya.

Dari keseluruhan budaya tersebut lebih dikenal dengan sebutan Japanese Popular Culture atau JPC yang merupakan sebuah budaya yang berasal dari Jepang yang diakui, dinikmati, disebarluaskan dan merupakan jalan hidup mayoritas masyarakat Jepang secara umum. Budaya populer Jepang seperti fashion dan drama TV kini telah memasuki kawasan Asia secara mendalam. Dimulai dari animasi hingga idola, budaya muda Jepang telah menciptakan sekelompok orang yang lebih sering disebut sebagai penggemar “otaku” di dalam kawasan Asia. Manga yang juga merupakan bagian dari budaya populer Jepang seperti animasi, karakter, permainan

<http://books.google.com/books?id=k8ot27vLSV4C&pg=PP1&dq=recentering+globalization#PPA1,M1>. Diakses 2015-02-03.

komputer, fashion, musik pop, dan drama TV atau dikenal juga dengan Cool Japan yang merupakan berbagai variasi dari budaya populer Jepang yang telah diterima dengan baik di bagian timur dan tenggara Asia.⁶

Cool Japan adalah industri budaya kreatif yang di miliki oleh Jepang, namun sebelum kita membahas apa itu Cool Japan kita lihat dulu makna dari industri kreatif. Industri Kreatif sendiri dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain Industri Budaya (terutama di Eropa) atau juga Ekonomi Kreatif⁷. Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.⁸ Menurut Howkins, Ekonomi Kreatif terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan. desain, fashion, film, musik, seni pertunjukkan, penerbitan, Penelitian dan Pengembangan, perangkat lunak, mainan dan permainan, Televisi dan Radio, dan Permainan Video.

Oleh karenanya Industri kreatif dipandang semakin penting dalam mendukung kesejahteraan dalam perekonomian, berbagai pihak berpendapat bahwa "kreativitas

⁶ Ibid

⁷ Howkins, John, *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, Penguin

⁸ http://id.wikipedia.org/wiki/Industri_kreatif. Diakses 2015-02-03.

manusia adalah sumber daya ekonomi utama" dan bahwa "industri abad kedua puluh satu akan tergantung pada produksi pengetahuan melalui kreativitas dan inovasi.

Sedangkan Cool Japan adalah ungkapan baru yang diciptakan pada tahun 2002 untuk mengekspresikan status Jepang yang sedang berkembang menjadi adikuasa budaya. Istilah ini diekspos secara luas oleh media massa dan akademisi. Merek Cool Japan telah diadopsi oleh Pemerintah Jepang beserta badan-badan perdagangan yang bermaksud mengomersialkan industry kreatif budaya Jepang. Konsep Cool Japan diartikan sebagai salah satu bentuk kekuasaan lunak, yakni "kemampuan untuk secara tidak langsung memengaruhi perilaku dan minat melalui cara-cara ideologis atau budaya."⁹ Budaya populer Jepang sudah tersebar ke berbagai negara sejak 1960-an. Namun kesadaran pemerintah Jepang akan potensi budaya populernya baru muncul pada tahun 2000-an setelah seorang jurnalis asing, (Douglas) McGray, menyebut Jepang sebagai negara cultural super power. Dari artikel itu pula istilah Cool diperoleh. McGray menyebut Jepang saat itu bukan sebagai negara yang kaya secara ekonomi, tetapi secara budaya, bukan unggul dalam Gross National Product (GNP), tapi Jepang unggul dalam Gross National Coolness (GNC).¹⁰

Kata cool Japan adalah jargon dari pemerintah Jepang yang digunakan sebagai branding karena 'rings well' (enak didengar). Dan satu lagi, Cool Japan juga

⁹ Nagata, Kazuaki, "Exporting culture via 'Cool Japan'", The Japan Times dari wikipedia

¹⁰ McGray, Douglas. "Japan's Gross National Cool." Foreign Policy, 1 Mei 2002.
<http://foreignpolicy.com/2009/11/11/japans-gross-national-cool>. Diakses 2015-02-03.

bisa ditelusuri ke Cool Britannia, kebijakan serupa Britania Raya terkait industri kreatif mereka. Karena Cool Britannia inilah benchmark dari Cool Japan.

Cool Japan mengadopsi 13 industri yang dikelompokkan dalam Cool Britannia sebagai industri kreatif, dan menambahkan 5 lagi. Total, ada 18 industri dalam industri kreatif Jepang yaitu : Advertising (periklanan), Arsitektur, Kesenian, Kerajinan, Fashion designing, tekstil, Film & video, Musik, Pertunjukan seni, Penerbitan, Computer software & service, Televisi & radio, Tableware (peralatan makan), Perhiasan, Stationary (alat tulis), Olahan kulit, Mainan, Furniture.

Pada 2010 lalu, pemerintah Jepang telah mengidentifikasi industri kreatif sebagai satu dari lima sektor yang berpotensi menyumbang pertumbuhan ekonominya. Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) Jepang Yukio Edano menjelaskan, saat ini industri-industri kreatif di Jepang diperkirakan menyumbang 7 persen PDB Jepang dan 5 persen penyerapan tenaga kerja. Jumlah ini hampir sama dengan kinerja sektor otomotif yang menyumbang 8 persen terhadap PDB dan 6 persen ke penyerapan tenaga kerja¹¹. Terlihat jelas bahwa kesuksesan cool japan sudah memberikan dampak baik bagi perkembangan Jepang.

Namun hal yang menarik adalah di tengah kesuksesan dan kemandirian Jepang dalam mengembangkan Cool Japan, pada akhir tahun 2012 Cool Japan yang dibawah Kementerian ekonomi, perdagangan dan industry (METI) melakukan

¹¹ <http://www.antaraneews.com/berita/337666/jepang-dorong-indonesia-kembangkan-industri-kreatif>. Diakses 2015-02-03.

kerjasama budaya dengan Indonesia kreatif (100% Cinta Indonesia). Kerjasama itu terjadi setelah Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Mari Elka Pangestu dan Industri Jepang (Minister of Economy, Trade and Industry/METI) Yukio Edano di Tokyo, Jepang menandatangani kerjasama industry kreatif pada bulan oktober 2012¹². Di dalam hasil penandatanganan telah disepakati cakupan sektor untuk kerjasama di sektor konten kreatif seperti film, musik, games dan seni pertunjukan, serta industri kreatif yang lain yaitu fesyen, desain dan kriya. Dan Kedua belah pihak sepakat untuk mengembangkan kerjasama seperti yang telah berjalan dengan menjajaki payung kerjasama antara kedua kementerian dengan mengidentifikasi cakupan dan bentuk kerjasama yang tepat, termasuk kemungkinan membentuk kelompok kerja. Jepang Indonesia juga menjalin kerjasama terkait tiga hal utama, yaitu: pertama, saling berbagi pengalaman dan “best practices” mengenai kebijakan pengembangan ekonomi kreatif. Proses pembelajaran implementasi kebijakan yang mungkin dapat dipelajari oleh Indonesia adalah terkait dengan kebijakan: insentif fiskal dan nonfiskal, promosi, akses pembiayaan, pengembangan SDM, dan Riset pengembangan. Kedua, terkait dengan pengembangan kapasitas SDM Indonesia Jepang, misal dengan melakukan: Live in expert atau expert exchange, pelatihan, seminar, magang, beasiswa sekolah, atau short course. Ketiga adalah terkait dengan upaya-upaya untuk mempercepat pengembangan industri kreatif dengan melakukan fasilitasi business-to-business, jejaring kerjasama antar talenta kreatif (people-to-

¹²<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/10/10/08263069/Indonesia.dan.Jepang.Kembangkan.Industri.Kreatif>. Diakses 2015-02-03.

people networking) atau fasilitasi kerjasama dan kolaborasi antara pemerintah dan dunia usaha.¹³

Meksipun secara historis Indonesia pernah menjadi Negara yang dijajah oleh Jepang, tentunya kerjasama ini memiliki beberapa hambatan namun Jepang berusaha untuk memberikan bantuan dan apresiasi terhadap penerimaan Indonesia akan budaya Jepang. Era globalisasi sekarang memungkinkan penyebaran informasi serta hubungan ekonomi yang tak kenal batas. Oleh karenanya hal ini menarik bagi penulis untuk melihat alasan Jepang yang memilih Indonesia sebagai partner kerjasama dalam industry kreatif.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah tersebut di atas dapat ditarik sebuah pokok permasalahan, yaitu :

Mengapa Pemerintah Jepang melakukan kerjasama dalam bidang industry kreatif terhadap Indonesia ?

C. Kerangka Dasar Pemikiran

A. Konsep Diplomasi dan Diplomasi Kebudayaan

Kerangka konseptual pada prinsipnya bertujuan untuk membantu penulis menentukan tujuan dan arah penulisan serta memilih konsep untuk menyusun

¹³ <http://kemlu.go.id/Pages/Embassies.aspx?IDP=10071&l=id>. Diakses 2015-02-03.

hipotesa. Untuk dapat menjawab permasalahan yang ada, akan digunakan Definisi Diplomasi dan Diplomasi Kebudayaan sebagai kerangka dasar pemikiran.

Dalam memahami diplomasi ada banyak sekali elemen dan metode yang harus dieksplorasi guna menghadirkan pemahaman yang komprehensif dan faktual. Masing-masing elemen memainkan peranan yang berbeda di bidangnya masing-masing dalam usaha untuk mewujudkan efektifnya diplomasi suatu negara¹⁴. Begitu banyak cabang-cabang serta sub-bidang yang telah muncul dan berkembang berkaitan dengan studi dan pengembangan diplomasi dalam praktiknya. Kita mengenal diplomasi dalam tataran tradisional dan modern. Seiring dengan perkembangannya diplomasi juga telah berevolusi dan berkolaborasi dengan instrumen-instrumen baru dengan tujuan untuk menciptakan efektifitas dalam implementasinya.

Diplomasi kembali dihidupkan dengan metode-metode yang lebih spesifik sehingga proses diplomasi dapat dilaksanakan secara menyeluruh dan total. Muncul kemudian beberapa istilah seperti *Secret Diplomacy*, *Preventive Diplomacy*, *Human-Right Diplomacy*, *Cultural Diplomacy*, *Public Diplomacy*, *Multi-track diplomacy* dan lain sebagainya¹⁵. Sebagai hasil kajian penulis dalam menemukan konsep-konsep mendasar tersebut, maka kajian konsep-konsep yang dimaksud dapat berawal dari analisis kata "diplomasi", dimana dalam bahasa mutakhir menurut Nicolson, menunjukkan beberapa pengertian yang berbeda. Diplomasi berarti politik luar

¹⁴ http://uscpublicdiplomacy.org/pdfs/Stacy_Literature.pdf. Diakses 2015-02-03.

¹⁵ <http://publicdiplomacy.org/pages/index.php?page=about-public-diplomacy>. Diakses 2015-02-03.

negeri, negosiasi, mekanisme pelaksanaan politik luar negeri, atau cabang dinas luar negeri.

Definisi lain menurut KM Panikkar: "Diplomasi, dalam hubungannya dengan politik internasional adalah seni mengedepankan kepentingan suatu negara dalam hubungannya dengan negara lain"¹⁶. Definisi-definisi tersebut setidaknya dapat dijadikan dasar dalam memahami maksud dari diplomasi yang menjadi salah satu fokus dalam penulisan ini. Sebagaimana penulis dapat simpulkan bahwa pemahaman awal mengenai diplomasi ini dapat diarahkan kepada upaya-upaya seseorang dalam melaksanakan suatu proses interaksi dan komunikasi yang memiliki muatan begitu luas dan berada dalam koridor hubungan internasional.

Diplomasi kebudayaan adalah konsep relevansi bagi Negara berkembang. Diplomasi kebudayaan dianggap sebagai alat untuk memperlihatkan tingkat peradaban suatu bangsa. Selain itu definisi lain mengenai diplomasi kebudayaan adalah suatu teknik pemanfaatan dimensi kekayaan dalam peraturan hubungan antar bangsa.

Melihat dari paparan buku Prof. Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari, ia menjelaskan bahwa diplomasi kebudayaan merupakan sebuah substansi politik luar negeri dalam pemanfaatannya bagi Negara-negara yang sedang berkembang. Diplomasi kebudayaan merupakan bagian atau salah satu jenis dari begitu banyak diplomasi lain, yang diartikan sebagai usaha Negara untuk memperjuangkan

¹⁶ S. L. Roy. 1991. *Diplomasi*. Jakarta: Rajawali Pers. Hal 2-3

kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, baik secara mikro seperti ilmu pengetahuan, olahraga, dan kesenian ataupun secara makro sesuai dengan ciri khas yang utama, misalnya propaganda dan lain-lain, yang dalam pengertian konvensional dapat dianggap sebagai bukan politik, ekonomi, maupun militer.

Aktor yang dapat melakukan kegiatan diplomasi kebudayaan ini tidak hanya actor dari pemerintah saja, tetapi juga actor non-pemerintah, individual maupun kolektif, ataupun setiap warga negaranya. Oleh karena itu hubungan diplomasi kebudayaan antar bangsa bias terjadi pemerintah-pemerintah, pemerintah-swasta, swasta-swasta, pribadi-pribadi, pemerintah-pribadi, dan seterusnya. Tujuan utama dari diplomasi kebudayaan adalah untuk mempengaruhi pendapat umum guna mendukung suatu kebijaksanaan politik luar negeri tertentu, sasaran diplomasi kebudayaan itu sendiri adalah pendapat umum, baik pada level nasional maupun internasional.

Melalui beberapa penjelasan definisi mengenai diplomasi tersebut, terdapat beberapa jenis konsep diplomasi kebudayaan menurut tujuan, bentuk, dan sarannya. Dari segi bentuk, diplomasi kebudayaan dapat dilakukan melalui: Pertama, melalui eksepsi, eksepsi atau dapat disebut dengan pameran yang dilakukan untuk menampilkan konsep-konsep atau karya kesenian, ilmu pengetahuan, teknologi maupun nilai-nilai social atau ideology dari suatu bangsa kepada bangsa lain.

Eksepsi atau pameran ini merupakan sarana bentuk diplomasi kebudayaan yang paling konvensional karena dilakukan secara terbuka dan juga transparan, eksepsi dapat dilakukan di luar negeri atau di dalam negeri baik secara sendiri (satu Negara) atau secara multinasional. Eksepsi atau pameran ini dapat dilakukan melalui perdagangan, pariwisata, dan sebagainya.

Kedua, diplomasi kebudayaan dapat dilakukan dalam bentuk propaganda. Tidak jauh dengan eksepsi propaganda merupakan penyebaran informasi baik mengenai kesenian, ilmu pengetahuan, teknologi, maupun nilai-nilai sosial ideologis suatu bangsa kepada bangsa lain.

Akan tetapi biasanya dilakukan secara tidak langsung melalui media masa dan secara awam berkonotasi negative, bahkan terkadang dianggap subversif. Bentuk propaganda ini merupakan bentuk cikal bakal diplomasi kebudayaan karena nilai-nilai sosial ideology suatu bangsa yang dianggap sebagai nilai kebudayaan menjadi bahan pokok untuk disampaikan kepada bangsa lain.

Ketiga, diplomasi kebudayaan dapat dilakukan dalam bentuk kompetisi yang cenderung ke arah pertandingan atau persaingan. Keempat, diplomasi kebudayaan negosiasi, bentuk diplomasi kebudayaan melalui negosiasi itu lebih mencerminkan keinginan dari bangsa-bangsa yang bersangkutan untuk saling memperkenalkan, mengakui, menghormati, dan menghargai kebudayaan masing-masing bangsa tersebut.

Baik yang kemudian dilaksanakan dalam bentuk yang lebih khas seperti, pertukaran budaya atau pertukaran ahli maupun bentuk kerjasama makro yang lain. Kelima, diplomasi kebudayaan juga dapat dilakukan dalam bentuk aktifitas pertukaran ahli. Hal ini mencakup kerjasama pertukaran kebudayaan secara luas, yakni dari kerjasama beasiswa antar Negara, sampai dengan pertukaran ahli dalam pola bidang tertentu. Selain dari beberapa bentuk diatas, masih ada beberapa bentuk lain yang dapat digunakan dalam diplomasi budaya, yaitu terorisme, embargo dan juga boikot.

Dari segi tujuan diplomasi kebudayaan ini biasanya bertujuan untuk mencari pengakuan, penyesuaian, bujukan, hegemoni, atau subversi. Melalui tujuan-tujuan tersebut saran yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan diplomasi tersebut adalah melalui pariwisata, olahraga, pendidikan, perdagangan, dan juga kesenian.

Jepang yang notabene memiliki beragam kebudayaan, menggunakan budaya modern sebagai salah satu media untuk melancarkan diplomasi kebudayaannya. Seperti yang telah dijelaskan bahwa dukungan organisasi pemerintah dan non-pemerintah sangat penting dalam memperkenalkan industri kebudayaan kreatif baik itu ke masyarakat domestic negaranya dan juga masyarakat internasional.

Dengan berkembangnya produk Cool Japan yang bergerak dibawah naungan METI merupakan salah satu cara untuk mencapai tujuan diplomasi kebudayaan Jepang. Hal ini yang membuat Jepang melakukan kerjasamanya bersama Indonesia.

B. Kepentingan Nasional

Kepentingan nasional adalah sebagai tujuan fundamental dari factor penentu akhir yang mengarahkan para pembuat keputusan dari suatu Negara dalam merumuskan kebijakan luar negerinya.

Kepentingan Nasional adalah tujuan-tujuan yang ingin dicapai sehubungan dengan kebutuhan bangsa maupun negara atau sehubungan dengan hal yang dicita-citakan. Dalam hal ini kepentingan nasional yang relatif tetap dan sama diantara semua negara atau bangsa adalah keamanan yang mencakup kelangsungan hidup rakyatnya dan kebutuhan wilayah serta kesejahteraan. Menurut Morgenthau: "Kepentingan nasional adalah kemampuan minimum negara untuk melindungi, dan mempertahankan identitas fisik, politik, dan budaya dari gangguan negara lain. Dari tinjauan ini para pemimpin negara menurunkan kebijakan spesifik terhadap negara lain yang sifatnya kerjasama atau konflik".¹⁷

Morgenthau menyamakan kepentingan nasional sebagai usaha suatu negara dalam mengejar power, dimana power adalah segala sesuatu yang dapat dikembangkan dan mengontrol negara lain. Makna yang terdapat dalam konsep kepentingan nasional adalah untuk melindungi dan membela serta memelihara negara itu sendiri. Sebagaimana yang dikatakan Morgenthau dalam buku *Politic Among*

¹⁷ <http://iwansmile.wordpress.com/konsep-kepentingan-nasional-national-interest>. Diakses 2015-02-03.

Nations: “When we speak of power, we mean man’s control over the minds and actions of other men”.¹⁸

Dari teori kepentingan nasional diatas, pada dasarnya kepentingan suatu bangsa-bangsa dalam percaturan masyarakat internasional tidak terlepas dari peningkatan ekonomi. Setiap Negara di dunia mempunyai tujuan untuk memajukan dan mengembangkan ekonomi negaranya. Tujuan tersebut antara lain peningkatan kesejahteraan social ekonomi masyarakat, baik secara keseluruhan/individu yang dapat dicapai melalui jangka pendek maupun jangka panjang. Begitu pula Jepang yang menggunakan kekuatan pengaruhnya pada negara lain, terutama negara berkembang seperti Indonesia. Jika pengaruh suatu negara berdampak bagi negara lain maka pengaruh politik, budaya dan ekonomi pun akan digunakan, begitu pula apa yang dilakukan Jepang terhadap Indonesia. Karena pengaruh politik, budaya dan ekonomi merupakan salah satu tujuan kepentingan nasional, maka sudah jelas bahwa perkembangan Cool Japan membawa pengaruh ekonomi yang signifikan bagi Jepang.

Melalui Cool Japan pulalah Jepang dapat merubah stereotip negara-negara yang merupakan bekas jajahannya mulai mengagumi dan menjadikan apapun yang berbau khas Jepang menjadi trendseter tersendiri. Begitu pula di Indonesia banyak kalangan yang mulai mendalami tentang Jepang. Hal ini merupakan keuntungan tersendiri bagi Jepang dalam memperlancarkan hubungan luar negerinya menjadi lebih baik lagi.

¹⁸ http://www.absoluteastronomy.com/topics/Hans_Morgenthau. Diakses 2015-02-03.

D. Tujuan Penelitian

a) Mengetahui dan menjelaskan bagaimana strategi diplomasi Jepang melalui kerjasama industry kreatif dengan Indonesia.

b) Mengetahui dan menjelaskan apa pengaruh dari pelaksanaan diplomasi melalui kerjasama industry kreatif Jepang Indonesia.

c) Mengetahui dan menjelaskan prospek Jepang selanjutnya di Indonesia melalui diplomasi, khususnya melalui industry kreatif.

E. Hipotesis

Dalam menjawab pertanyaan mengapa Jepang melakukan kerjasama industri kreatif dengan Indonesia karena:

Kerjasama industri kreatif dengan Indonesia memberi keuntungan kepada Jepang dalam membangun ekonominya.

F. Metode Penulisan

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu metode deskriptid kualitatif. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa Library Research dengan memanfaatkan data-data skunder yang pengumpulan datanya dari perpustakaan, buku-buku, jurnal, artikel, media cetak, media elektronik, dan website yang telah diolah menjadi data untuk diklasifikasikan yang kemudian disusun, diringkas, dianalisa dan disimpulkan sesuai permasalahan skripsi yang diteliti.

G. Jangkauan Penulisan

Untuk mempermudah penulisan, penulis akan membatasi ruang lingkup kajian agar tidak menyimpang dari tema atau tujuan yang diinginkan. Focus utama dari penulisan ini adalah untuk mengetahui mengapa pemerintah Jepang menjadikan Cool Japan-nya sebagai alat kerjasama terhadap Indonesia tahun 2012.

H. Sistematika Penulisan

Bab I, merupakan pertanggung jawaban metodologis penulisan yang meliputi alasan pemilihan judul, tujuan penelitian, latar belakang masalah, kerangka pemikiran, hipotesa, jangkauan penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

Bab II, membahas diplomasi Jepang berupa hubungan bilateral dan soft powernya di Indonesia.

Bab III, merupakan penggambaran sejarah, penyebaran, dan masuknya budaya modern Jepang (Cool Japan) di Indonesia.

Bab IV, membahas alasan Jepang melakukan kerjasama industry kreatif terhadap Indonesia .

Bab V, merupakan kesimpulan dari seluruh isi materi penelitian ini sekaligus berisi rangkuman dari uraian dan pembahasan dari beberapa bab sebelumnya..