

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jepang merupakan salah satu negara maju di kawasan Asia Timur yang diketahui paling gencar melakukan diplomasi publik dalam sektor kebudayaan ke berbagai negara. Hal ini di dasari sebagai pemulihan citra bagi negara yang pernah Jepang jajah di masa lalu. Salah- satunya yaitu Indonesia, sekitar tahun 1942-1945 Jepang pernah menjajah Indonesia sebelum pada akhirnya menyerah tanpa syarat, setelah tragedi pengeboman oleh Amerika Serikat di Nagasaki dan Hiroshima. Lewat masa lalu yang kelam, Jepang berusaha bangkit kembali untuk menunjukkan citra baik di dunia internasional dengan menggunakan pendekatan *soft power*. *Soft power* sendiri merupakan bentuk dari pendekatan insprirasional, dengan menarik orang lain secara kecerdasan emosional seperti membangun hubungan atau ikatan yang erat melalui karisma, komunikasi, daya tarik ideologi visioner, serta pengaruh budaya sehingga membuat orang lain terpengaruh (Nye, Jr., 2008).

Untuk mewujudkan hubungan kerjasama yang hangat dengan berbagai negara, sebagai permulaan awal Jepang mulai membangun ikatan diplomatik dengan negara bagian ASEAN, hal ini penting dilakukan untuk menghilangkan sentimen anti-Jepang (Spinger 2007). Indonesia juga menjadi salah satu negara ASEAN yang pada saat itu potensial untuk Jepang dalam mengembangkan hubungan diplomatiknya. Sebagai bentuk perdamaian, setelah melakukan serangkaian pertemuan resmi, pada tanggal 20 Januari 1958, Menteri Luar Negeri Jepang Aiichiro Fujiyama dan Menteri Luar Negeri Indonesia Subandriodi, menyetujui keputusan untuk menanda tangani perjanjian diplomatik sebagai bentuk kerja sama antar dua negara.

Dalam upaya pengenalan budaya Jepang ke dunia internasional termaksud Indonesia, Jepang mendirikan sebuah lembaga nir-laba kebudayaan yang dikenal dengan *The Japan*

Foundation pada Oktober 1972 di Tokyo dan juga mengagas konsep strategi kebudayaan yang disebut dengan *Cool Japan* tahun 2002 dengan tujuan dapat mempromosikan budaya tradisional maupun populer berupa pengenalan bahasa Jepang, kursus kaligrafi, dan aspek budaya populer berupa anime, manga, fashion serta musik yang mana mampu melibatkan pihak pemerintah terkait dan juga aktor non-negara sebagai agenda perekonomian Jepang (Yakoto, Tze-Yue 183).

Bentuk kerja sama antara pemerintah Jepang dan juga aktor negara maupun non-negara bisa terlihat dari penyelenggaraan Festival Jakarta-Japan Matsuri yang diadakan di Indonesia. Jak-Japan Matsuri adalah festival tahunan sebagai bentuk pertukaran budaya Jepang dan Indonesia yang diinisiatif oleh kedutaan besar Jepang dibidang informasi dan juga kebudayaan. Seperti yang diketahui, Jepang merupakan salah-satu negara yang terkenal akan festival keagamaannya yang kental hingga bertransformasi menjadi sebuah tradisi mendunia. Matsuri sendiri merupakan kata yang berasal dari *Matsuru*, berarti sebuah pemujaan atau persembahan (Shinto dan Budha) Dalam definisi modern Matsuri sekarang digunakan sebagai representasi dari Festival atau dalam bahasa Indonesia sebagai pekan raya. (Japan Foundation, 2022)

Keunikan Jak-Japan Matsuri dari kegiatan lainnya, selain di inisiatif oleh kedutaan besar Jepang, juga mendapat dukungan dari pihak lain seperti, *Japan National Tourism Organization, JETRO, Japan Foundation, Japan International Cooperation Agency*, Jakarta *Shimbun* dan beberapa pelaku bisnis Jepang diantaranya Toyota, Honda, Uni-charm Indonesia, ASTRA dan masih banyak lagi (Kenichi, 2017) Partisipan festival Jak-Japan Matsuribiasanya akan mempromosikan serta menjual berbagai macam produk bernuansa khas negeri sakura, selain dapat belajar terkait kebudayaan Jepang, masyarakat Indonesia juga diajak untuk bisa mengenal berbagai jajanan kuliner khas Jepang, pariwisata, produk kerajinan tangan, edukasi pendidikan hingga keberagaman jenis tarian serta musik. (Herniwati, 2015)

Jak-Japan Matsuri pertama kali diselenggarakan pada

tahun 2008 untuk mengingat persahabatan diplomatik antara Indonesia-Jepang yang telah berlangsung selama 50 tahun. Awalnya, festival ini dibentuk oleh warga Jepang yang tinggal di Indonesia dan dibantu oleh pemerintah DKI Jakarta. Namun seiring berjalannya waktu, kegiatan Jak-Japan Matsuri pada akhirnya menjadi acara tahunan sebagai upaya sarana diplomasi budaya Jepang terhadap Indonesia. Terhitung, sudah 12 tahun semenjak Jak-Japan Matsuri diadakan, tentunya di setiap tahun Jak-Japan Matsuri selalu punya tema berbeda untuk menarik minat masyarakat, misalnya saja pada tahun 2014 Jak-Japan Matsuri mengangkat tema bertajuk, *“Indonesia-Jepang One Team, Maju Bersama sambil Bergandengan Tangan”* sedangkan pada tahun 2015 tema yang diambil adalah, *“Indonesia-Japan in Dream Team”* lalu untuk tahun 2016 Jak-Japan Matsuri mengangkat tema *“Indonesia-Japan Always Together”* dan pada tahun 2017, 2018, 2019 temayang sama dengan tahun sebelumnya, *“Indonesia-Japan Always Together”* juga kembali digunakan dengan harapan agar kerja sama Indonesia-Jepang bisa lebih ditingkatkan lagi melalui berbagai sektor.

Penelitian ini penting untuk membahas peran Jak-Japan Matsuri sebagai sarana diplomasi Jepang ke Indonesia, selain penjabaran terkait usaha Jepang membangun citra baiknya kembali di mata Indonesia, mengapa perayaan yang awalnya dilakukan hanya untuk peringatan ke-50 tahun kerja sama Indonesia-Jepang, bisa berubah pesat menjadi acara tahunan sebagai ajang berdiplomasi, selain memperhitungkan upaya Jepang yang tetap menggelar Jak-Japan Matsuri, keinginan masyarakat Indonesia dalam mengenal budaya Jepang, merupakan faktor paling utama sehingga pemerintah Jepang kiat menyelenggarakan festival tahunan demi melancarkan diplomasi kebudayaannya di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Sebagaimana yang telah dijabarkan dari penjelasan latar belakang masalah, maka penulis memutuskan rumusan masalah yang akan digunakan di tulisan ini adalah **‘Apa kepentingan**

nasional Jepang dalam penyelenggaraan Jakarta-Japan Matsuri di Indonesia?'

C. Kerangka Konseptual dan Teori

Dalam mendapatkan pengakuan dari negara lain, Jepang dapat melakukannya melalui diplomasi publik sebagai bentuk pengenalan identitas, yang mana dari diplomasi publik ini, salah satu strateginya adalah memperkenalkan atau merangkul kerjasama dengan pengenalan nilai-nilai kebudayaan berupa eksibisi. Hal ini selaras dengan kepentingan-kepentingan yang ingin dicapai Jepang, guna membangun kepentingan nasionalnya. Oleh karena itu, untuk menjelaskan kepentingan apa saja yang membuat Jepang menjadikan Jakarta-Japan Matsuri sebagai sarana diplomasinya ke Indonesia, maka penulis mengidentifikasi pokok permasalahannya menggunakan konsep diplomasi publik, diplomasi kebudayaan dan kepentingan nasional. Konsep-konsep tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Diplomasi Publik (*Public Diplomacy*)

Diplomasi publik diartikan sebagai proses komunikasi pemerintah terhadap publik mancanegara dengan tujuan untuk memberikan pemahaman kepada negara, melalui sikap, intuisi, budaya, kepentingan nasional, dan kebijakan-kebijakan yang telah diputuskan oleh negaranya. (Tuch, 1990: 3; Gouveia, 2006: 7-8 dikutip J.Wang, 2006) Penerapan diplomasi publik juga bisa dikategorikan sebagai sebuah konsep dengan perkembangan sangat pesat. Hal ini tidak lepas kaitannya dengan kebijakan luar negeri terhadap publik internasional. Ciri utama dari diplomasi publik adalah keikutsertaan semua pihak *stakeholder* termaksud, depertemen pemerintah, meliputi aspek swasta, NGO, MNC, media dan juga individu.

Dalam buku diplomasi karya Mark Leonard, ia mendefinisikan diplomasi publik sebagai. "Sebuah cara untuk membangun hubungan dengan cara memahami, kebutuhan, budaya, dan masyarakat dengan mengkomunikasi pandangan, membenarkan mispersepsi yang ada dalam

masyarakat internasional serta mencari area dimana pemerintah dapat menemukan kesamaan pandangan (Leonard, 2002)

Kemudian, Mark Leonard juga menjelaskan bahwa tujuan yang bisa dicapai dari diplomasi publik di antaranya terbagi menjadi 4 yaitu:

- a. Meningkatkan ketertarikan masyarakat di suatu negara, dengan cara memperbaharui penggambaran *image* sehingga bisa mengembalikan citra yang awalnya buruk berubah baik.
- b. Meningkatkan apresiasi masyarakat dengan cara menciptakan persepsi positif serta mengajak negara bersangkutan untuk menangani isu global dari prespektif yang sama.
- c. Melibatkan masyarakat dan pemerintah untuk menguatkan hubungan pendidikan, serta memberikan gambaran negara sebagai tempat yang menyenangkan untuk berwisata, belajar serta membuat masyarakat dari negara dituju membeli produk mereka.
- d. Mempengaruhi masyarakat dengan mengajak mereka bergabung dengan perusahaan bersangkutan untuk berinvestasi dan merubah masyarakat menjadi pendukung, demi menyokong kepentingan nasional. (Leonard, 2002)

Hal ini selaras dengan alasan diadakannya Jakarta-Japan Matsuri di Indonesia. Selain sebagai sarana diplomasi Jepang kepada Indonesia. Pengaruh budaya yang disebar luaskan membuat masyarakat Indonesia, dapat menggambarkan Jepang sebagai negara yang unik untuk dikunjungi, kemudian keikutsertaan beberapa perusahaan Jepang di festival Jak-Japan Matsuri, seperti perusahaan Toyota, Honda, Uni-charm Indonesia, ASTRA juga mempengaruhi masyarakat Indonesia untuk membeli produk yang mereka jual, secara tidak langsung Indonesia ikut berkontribusi untuk memenuhi kepentingan nasional

Jepang, tentunya faktor-faktor ini sesuai dengan tujuan dari diplomatik publik yang dikemukakan oleh Mark Leonard.

Melalui Jak-Japan Matsuri juga, Jepang dapat membangun *national branding*-nya sendiri, menurut Simon Anholt, *national branding* adalah cara untuk membentuk persepsi suatu target kelompok masyarakat melalui 6 aspek yaitu, pariwisata, ekspor, masyarakat, pemerintah, kebudayaan, warisan budaya, investasi dan imigrasi. (Anholt, 2003) Sebagai bentuk dari salah-satu sarana diplomatik publik Jepang ke Indonesia, Jak-Japan Matsuri juga telah merepresentasikan nilai-nilai budaya Jepang, seluruh aspek ini bisa dilihat dari pengenalan budaya tradisional Jepang yang telah berakulturasi dengan budaya modern. Misalnya, *anime, manga, cosplay, harajuku fashion street, visual kei* dan juga musik (*J-pop*) kiblat konsep inilah yang kemudian bisa menjadi salah-satu pintu masuk oleh pemerintah Jepang dalam menjalankan misi diplomasi, guna memberikan kesan yang kuat kepada masyarakat Indonesia. (Yudoprakoso, 2014)

2. Diplomasi Kebudayaan (*Culture Diplomacy*)

Diplomasi kebudayaan merupakan suatu usaha negara dalam memperjuangkan kepentingan nasional melalui kebudayaan, baik secara makro maupun mikro. Secara makro diplomasi kebudayaan adalah suatu hasil dan usaha manusia terhadap lingkungan yang dapat diartikan sebagai kebudayaan dari segi sistem, gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam kehidupan bermasyarakat, yang kemudian dapat dipelajari untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan. Sedangkan diplomasi kebudayaan secara mikro dapat melalui pendidikan, ilmu pengetahuan, olahraga serta kesenian. (Warsito & Kartikasari, 2007)

Secara garis besar, diplomasi kebudayaan juga dapat dilakukan oleh semua pelaku masyarakat, baik pemerintah ataupun non-pemerintah terhadap negara yang dituju. Selain itu terdapat juga beberapa konsep dalam diplomasi kebudayaan diantaranya adalah : Konsep damai, krisis,

konflik, dan juga perang. Dijaman sekarang kekuatan berupa *hard power* tidak lagi relevan untuk digunakan, sebaliknya konsep *soft power* atau pengenalan suatu negara ke negara tujuan dengan tindakan yang lebihhalus melalui pertukaran budaya ataupun kerjasama diplomatik demi kepentingan nasional, kerap kali menjadi sarana paling menguntungkan baik dari segi ekonomi, politik, budaya maupun sosial. Sejauh ini, terdapat 5 bentuk diplomasi kebudayaan dalam bentuk damai yangsering diterapkan berbagai negara dalam berdiplomatik, di antaranya sebagai berikut:

- a. Eksibisi, yang berarti pengenalan budaya berupa pameran yang diperkenalkan melalui karya kesenian, teknologi, ilmu pengetahuan, nilai-nilai sosial serta ideologi suatu bangsa ke bangsa lain.
- b. Kompetisi, yaitu berupa pertandingan atau persaingan secara kompetitif dalam artian positif. Misalnya kegiatan olahraga seperti olimpiade, kontes kecantikan, kompetisi di dunia pendidikan dan sebagainya.
- c. Negosiasi, merupakan bagian dari cara berkomunikasi dengan tujuan ingin mencapai kepentingan negara masing-masing.
- d. Pertukaran ahli/studi, bisa berupa kegiatan pertukaran pelajar dari negara ke satu negara, dalam konteks kerjasama diplomatik antar negara bersangkutan.
- e. Konferensi yang berarti bisa berupa, pertemuan atau perundingan bertukar pendapat demi menghadapi masalah bersama.

Berlandaskan, bentuk diplomasi kebudayaan yang telah dijabarkan tadi. Dapat disimpulkan bahwa Jak-Japan Matsuri mengambil bentuk damai berupa eksibisi dengan tujuan memperkenalkan budaya Jepang ke Indonesia dan ingin memperbaiki citra negaranya di masa lalu sebagai negara penjajah. Secara garis besar, eksibisi merupakan, pameran atau pertunjukan yang dapat dilakukan untuk menampilkan konsep-konsep berupa kesenian, teknologi,

ilmu pengetahuan maupun nilai-nilai sosial dari suatu bangsa ke bangsa lain. (Warsito & Kartikasari, 2007) Sebagai bentuk stimulus Jepang dalam mendorong sektor budayanya, pemerintah Jepang mulai mengusung acara-acara kebudayaan setiap tahunnya melalui pasar internasional, contohnya seperti *Japan International Content Festival (CoFesta)*, *Japan Expodan Anime Festival Asia (AFA)*. Diharapkan dari kebijakan pengenalan konsep budaya ini, Jepang bisa kembali membangun citra baik, mendapatkan pengakuan dari dunia internasional serta bisa meningkatkan rasa ketertarikan atau antusiasme masyarakat global terhadap budaya Jepang itu sendiri.

Menurut Seungik Han, yang sempat melakukan *polling* pandangan negara-negara atas pengaruh Jepang di dunia, melalui *BBC World Service*, memperoleh hasil bahwa sejauh ini Jepang mendapatkan respons positif paling banyak dari Indonesia, pernyataan ini juga berdasarkan angka *polling* yang berkisar antara 56 hingga 78 dibandingkan negara lain, seperti China yang hanya berkisar antara -85 dan -10. (Seungik Han, Indonesia, Japanophile : *Japanese soft power in Indonesia*, GSCIS Singapore 2015 Hal 1-2) Dari fakta ini membuktikan bahwa diplomasi yang digunakan Jepang ternyata mampu membuat masyarakat Indonesia tertarik, sehingga berdampak baik juga untuk keberlangsungan kerja sama Jepang-Indonesia ke depannya baik dari segi hubungan bilateral, industri, pendidikan hingga ke ekonomi.

3. Konsep Kepentingan Nasional (*National Interest*)

Dalam ilmu hubungan Internasional, kepentingan nasional (*National Interest*) merupakan salah satu faktor pendorong paling mendasar suatu negara untuk melakukan interaksi ke negara lain. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Jack C Plano dan Roy Olton, “Kepentingan nasional sebagai kebutuhan dan keinginan oleh suatu negara yang berdaulat dalam hubungan negara berdaulat lainnya yang merupakan lingkungan eksternalnya, (Plano & Olton, 1999) Selain itu, terdapat beberapa unsur penting yang berkaitan

dengan tujuan suatu negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya, dalam mengimplementasi hal tersebut, Jack C Plano dan Roy Olton membaginya menjadi 5 kategori, di antaranya sebagai berikut:

- a. Pertahanan diri (*self preservations*) yang berarti, hak mempertahankan diri agar negara yang memiliki kekuatan besar tak merebut hegemoni kekuasaan yang bisa berdampak pada perpecahan negara. Sebagai upaya mempertahankan diri, maka negara yang bersangkutan akan melakukan kerja sama bilateral dengan negara lain maupun organisasi internasional.
- b. Kemandirian (*Independence*) yaitu, negara secara mandiri mengatur rumah tangganya baik dari segi militer maupun ekonomi, tanpa harus tunduk ke negara lain, dengan tujuan mendapatkan kekuatan.
- c. Integritas teritorial (*territoreal integrity*) merupakan, kepentingan nasional yang menggunakan kekuatan, untuk mengamankan suatu wilayah atau teritorial. Dengan tujuan mendapatkan keuntungan berupa sumber daya demi memenuhi kebutuhan nasional.
- d. Keamanan militer (*militer security*) bisa diartikan sebagai upaya mempertahankan keamanan suatu wilayah menggunakan kekuatan militer, dengan tujuan sebagai antisipasi, menjaga kedaulatan negara dari kekuatan militer negara lain.
- e. Kemakmuran ekonomi (*economic well-being*) bertujuan untuk memenuhi kepentingan nasional dan kesejahteraan ekonomi suatu bangsa dengan cara melakukan kerja sama dengan negara lain, guna memperoleh cadangan devisa ataupun keuntungan lainnya yang berdampak baik untuk pembangunan nasional.

Adapun juga definisi kepentingan nasional menurut Holsti (1996) yang membaginya menjadi 3 bentuk penataan yaitu diantaranya:

(1) *core values*, menjelaskan terkait nilai dasar sebagai suatu tujuan dimana aktor-aktor akan melakukan segala macam pengorbanan demi tercapainya nilai dasar pada suatu negara, seperti menjamin kedaulatan negara untuk mempertahankan suatu sistem sosial, politik, dan ekonomi pada suatu wilayah.

(2) *middle range objectives*, bentuk kepentingan nasional yang bersifat aktivitas politik, ekonomi maupun budaya dengan tujuan meningkatkan kepentingan suatu negara. Dengan mengandalkan peluang pembangunan ekonomi nasional. Dalam hal ini, tujuannya juga terbagi menjadi 3 bentuk implementasi yaitu:

a) *interest of pressure group*, keberadaan kelompok pendorong yang mampu memberikan pengaruh signifikan dalam tercapainya kepentingan nasional.

b) *Non-political cooperation*, demi tercapainya suatu kepentingan nasional, maka dibutuhkan kerjasama yang sifatnya non-politik seperti memberikan bantuan untuk negara yang sedang membutuhkan demi tetap terjaganya suatu hubungan bilateral antar kedua negara.

c) *Promotion of national prestige*, tujuan dari elemen ini adalah menciptakan suatu citra mengesankan di panggung internasional melalui propaganda media, budaya dan teknologi demi tercapainya kesan citra baik yang diinginkan.

(3) *Long range objectives*, bentuk ketiga kepentingan nasional ini bersifat ideal dan memiliki dampak jangka panjang, seperti membentuk organisasi-organisasi dalam sistem internasional dan mengatur peranan negara. (Holsti, 1996)

Dari kategori umum yang telah dikemukakan, Jack C Plano dan Roy Olton. Penulis mengklarifikasi unsur yang

paling sesuai untuk Jak-Japan Matsuri sebagai sarana diplomatik Jepang ke Indonesia adalah *economic well-being*. Salah-satu alasan utama diadakannya Jak- Japan Matsuri tahun 2008 hingga sekarang, selain untuk memperbaiki citra baik sebagaimana dari elemen *Promotion of national prestige* melalui instrumen budaya. Pemerintah Jepang juga sekaligus ingin meningkatkan kemakmuran ekonomi negaranya. Hal tersebut saling berkaitan erat dengan mekanisme festival Jak-Japan Matsuri yang selalu melibatkan keikutsertaan perusahaan-perusahaan Jepang untuk berinvestasi ke dalam festival. Selain sebagai penyokong jalannya acara, pengenalan aspek berupa budaya, teknologi, serta pendidikan juga berpengaruh memberikan dampak positif untuk sektor ekonomi Jepang. Misalnya saja seperti, aktivitas ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap budaya Jepang turut berimbas hingga ke pariwisata Jepang yang terus mengalami peningkatan. Menurut data dari *Japan Times*, pada tahun 2016 total pariwisata Jepang mengalami peningkatan hingga 20 juta orang, sedangkan untuk 2019 menjadi titik tertinggi oleh Jepang yang mencapai 24 juta orang. (Japan times 2021)

Selain itu, kegemaran masyarakat Indonesia yang antusias akan budaya Jepang juga kemudian memberikan peluang untuk pemerintah Jepang kian intensif menggelar berbagai macam festival di Indonesia, di antaranya seperti *AiMatsuri*, *Bali Japan Matsuri*, *ENNICHISAI*, *Comic Frontier (comifuro)*, *Anime Festival Asia (AFAID)*, Festival film Japan serta *Bunkasai* yang sering digelar pada tingkat SMA dan Universitas di Indonesia. Kepentingan-kepentingan tersebut juga sejalan dengan landasan kebijakan *Cool Japan strategy* yang mana salah-satunya untuk meningkatkan kepentingan ekonomi nasional.

Dalam konsep kepentingan nasional dikenal ada sebuah perspektif yang disebut sebagai perspektif realis (*realist perspective*) perspektif realis berasumsi bahwa, negara adalah aktor utama dalam politik internasional (*main unit of analysis*) Karena negara adalah aktor rasional maka kebijakan luar negeri pun diambil berdasarkan kepentingan dan tujuan nasional.

Dalam hal ini, Jak-Japan Matsuri berperan besar sebagai sarana paling efektif untuk memenuhi kepentingan negara Jepang dalam menjalankan diplomasi budayanya guna meningkatkan kebutuhan nasional, selain itu juga memanfaatkan momentum agar kerjasama Jepang- Indonesia tetap terjalin baik.

D. Hipotesa

Dengan melihat uraian dari kerangka konseptual maka dapat ditarik jawaban sementara bahwa kepentingan yang mendukung penyelenggaraan Jak-Japan Matsuri di antaranya yaitu:

1. Jepang ingin memperbaiki citranya terhadap Indonesia.
2. Jepang ingin mempromosikan nilai budayanya ke masyarakat Indonesia.
3. Jepang ingin meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia.

E. Metode Penelitian

Dalam penulisan skripsi ‘**Jakarta-Japan Matsuri Sebagai Diplomasi Publik Jepang Terhadap Indonesia Tahun 2008-2019**’ penulis akan menggunakan pendekatan *literature research* atau pengumpulan data melalui studi kepustakaan atau *library, internet research*, serta data-data sekunder berupa buku, majalah, koran, jurnal dan artikel yang bisa memenuhi kebutuhan penelitian guna mendapatkan titik terang dalam menghimpun hipotesa.

F. Jangkuan Penelitian

Dalam penelitian ini hanya berfokus pada analisis tentang Jak-Japan Matsuri dalam menjadi sarana diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia. Sehingga penelitian ini tidak keluar dari pembahasan yang telah ditentukan.

G. Sistematika Skripsi

Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I berisi pendahuluan yang meliputi ; latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka konseptual dan teori, hipotesa, metodologi penelitian, jangkauan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan bab, yang berisi tentang dinamika hubungan diplomatik antara Jepang dan Indonesia, meliputi sejarah, kerjasama bilateral, profil Jak-Japan Matsuri, lembaga pemerintah yang menaungi Jak-Japan Matsuri (*Japan Foundation*) dan merupakan bab pembuktian hipotesa yang menjelaskan, apa kepentingan Jepang mengadakan Jak-Japan Matsuri sebagai sarana diplomasi tahun 2008-2019

Bab III merupakan bab terakhir yang akan menyimpulkan seluruh isi materi dari bab-bab sebelumnya.