

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Diplomasi adalah salah satu cara bagi negara untuk mencapai kepentingannya di dunia Internasional. Menurut penjelasannya sendiri, diplomasi adalah sebuah seni dan praktik negosiasi antar perwakilan negara (Kissinger, 1994). Diplomasi bisa dilakukan melalui berbagai cara, dimulai dengan soft diplomacy yang mengadakan pertukaran budaya, dialog antar perwakilan negara, ataupun negosiasi. Selain itu ada hard diplomacy yang melibatkan kekuatan militer dari negara tersebut ataupun melalui ancaman dan sanksi. Setelah selesainya Perang Dunia II, diplomasi di dunia internasional berkembang dengan cepat. Masuknya topik-topik baru ke dalam negosiasi seperti dengan diperbincangkannya budaya, lingkungan, masalah-masalah transnasional, dan lain-lain. Diplomasi bisa menjadi lebih spesifik dengan adanya bentuk substansi yang ditambahkan ke dalam bentuk diplomasi, seperti dengan adanya diplomasi sumber daya, diplomasi pengetahuan, diplomasi transisi, ataupun pemerintahan global (Barston, 2013). Dengan berkembangnya diplomasi, aktor-aktor dalam hubungan internasional pun kian hari bertambah dengan adanya aktor luar negara seperti dengan adanya organisasi internasional, organisasi non pemerintah, perusahaan, ataupun individu yang mampu berkontribusi dalam diplomasi suatu negara (Effendi, 2008).

Jepang adalah salah satu negara yang paling aktif melakukan diplomasi terutama dalam *soft diplomacy*. Hal ini terjadi karena Jepang merupakan pihak yang kalah pada Perang Dunia II lalu militernya dicabut lalu berada di bawah payung Amerika Serikat. Dengan adanya promosi kebudayaan yang seringkali dilakukan oleh Jepang seperti dengan memperkenalkan budaya samurai, kimono, manga atau komik

Jepang, hingga lagu-lagu Jepang yang mulai mendunia pada tahun 1990an (Iwabuchi, 2015). Langkah awal Jepang untuk memasuki dunia diplomasi kebudayaan adalah pada tahun 1951 ketika Jepang mendaftarkan negaranya menjadi anggota United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organizations (UNESCO) dengan harapan untuk menunjukkan negaranya yang mendukung perdamaian menggunakan seni budaya tradisional yang dimiliki Jepang (The Japanese National Commission for UNESCO, n.d.). Selain itu, pada tahun 1962 pemerintah Jepang mendirikan asosiasi pengajaran bahasa Jepang kepada masyarakat internasional dengan adanya strategi *Society for Teaching Japanese to Foreigners* dengan harapan bisa memberikan kesempatan tenaga ahli yang berasal dari luar negeri untuk bekerja di Jepang tanpa adanya halangan dari bahasa komunikasi. Setelah dengan bahasanya, Jepang mendirikan *Japan Foundation* sebagai badan hukum yang bertugas untuk mempromosikan budaya Jepang di negara-negara lain. Dengan didirikannya *Japan Foundation*, Jepang memperlihatkan keseriusannya untuk mempromosikan budaya Jepang serta menunjukkan bahwa Jepang dapat menggunakan budaya sebagai salah satu alat diplomasi (Khairiah, 2015).

Usaha yang Jepang lakukan untuk memperbaiki citranya di dunia internasional seringkali melibatkan budaya Jepang yang sangatlah kaya dan terlihat unik bagi negara-negara lain. Dengan tersebarnya budaya Jepang ke luar negeri maka secara langsung wisatawan negara-negara asing semakin tertarik dengan Jepang. Hal ini dilihat sukses dengan dilihatnya Jepang sebagai salah satu destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan asing entah itu dari wilayah Asia Timur maupun belahan dunia yang lain (Kingston, 2015). Diplomasi yang Jepang lakukan adalah salah satu contoh dari diplomasi publik yang berupaya untuk mengubah persepsi masyarakat luas terhadap Jepang. Dengan Jepang yang aktif melakukan berbagai inovasi seperti mengadakannya acara-acara kultur Jepang di luar negeri yang akan membantu menyebarkan budaya-budaya asli Jepang tentu saja lambat laun akan mengubah citra Jepang di mata internasional.

Selain dengan upayanya untuk merubah citra negara Jepang di dunia internasional, persaingan di wilayah Asia Timur pun kian hari kian memanas. Persaingan terhadap negara-negara besar di Asia Timur seperti Jepang, China, dan Korea Selatan tidaklah hanya berkutat dalam sektor ekonomi ataupun perkembangan teknologi. Dengan berkembang pesatnya budaya Korea Selatan hingga dikenal dengan istilah *Korean Wave* yang mampu tersebar hingga seluruh pelosok dunia ataupun upaya China untuk menarik perhatian dunia dan para investor untuk melakukan investasi ataupun donor di Cina. Meskipun dalam kasus ini Jepang merupakan salah satu negara pertama yang mengadaptasi penggunaan *soft power* di wilayah Asia Timur, negara maju lainnya seperti China dan Korea Selatan mampu menyusul dan menyaingi Jepang dalam konteks *soft power* (S.-W. Lee, 2011). Saingan terbesar Jepang dalam *soft power* ini merupakan Korea Selatan. Korea Selatan yang mengikuti jejak Jepang dalam upaya *soft power*nya dengan cara menyebarkan budaya serta memperkenalkan Korea Selatan dengan lebih intim menggunakan serial drama tv ataupun musik populer. *Korean Wave* bahkan mampu masuk dan meledak di Jepang dimulai pada tahun 2004. Beriringan dengan semakin hari semakin mudarnya ledakan budaya Jepang di wilayah Asia Timur, secara otomatis Jepang diharuskan untuk mencari cara lain agar diplomasi publik ataupun budaya yang dilakukan tidak lekang oleh zaman dan tertelan oleh besarnya ombak *Korean Wave* (Jonghoe Yang, 2012).

Indonesia yang merupakan negara bekas jajahan Jepang tentu saja menjadi salah satu fokus utama Jepang dalam melakukan diplomasi. Dengan citra Jepang yang sudah terlanjur buruk dari peristiwa pada tahun 1942-1945, serta dengan adanya unjuk rasa dari mahasiswa Indonesia sebagai bentuk protes akan dominasi ekonomi Jepang di Indonesia pada tahun 1974 ketika Perdana Menteri Jepang Kakuei Tanaka berkunjung ke Indonesia. Jepang berupaya memperbaiki hubungannya dengan Indonesia. Diplomasi kebudayaan adalah salah satu cara Jepang yang terhitung sukses setelah mudahnya akses informasi dengan adanya media-media seperti televisi,

radio, hingga acara-acara kultur Jepang yang seringkali diadakan di kota-kota besar seperti Jakarta (Kurniawan, 2015). Diplomasi kebudayaan yang Jepang lakukan seperti banyaknya film kartun Jepang yang melewati proses *dubbing* dengan bahasa Indonesia menandakan suksesnya cara berdiplomasi Jepang melalui kebudayaan. Selain itu, upaya Jepang untuk membangun kembali kepercayaan warga Indonesia adalah dengan cara adanya pertukaran kebudayaan antar negara, pelatihan bahasa serta budaya, dan mempermudah informasi tentang Jepang melalui adanya *Japan Foundation* (Khairiah, 2015). Minat warga Indonesia untuk berkunjung ke Jepang dengan tujuan wisata ataupun bekerja dan sekolah pun terhitung banyak dengan jumlah populasi pada tahun 2019 sebanyak 56,346 jiwa (Susilo, 2019). Jumlah ini terhitung banyak dikarenakan untuk kerja dan sekolah di Jepang rata-rata diperlukan kemampuan bahasa Jepang yang baik. Tetapi meskipun hubungan diplomatik serta dampak dari diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia terhitung baik, tantangan besar muncul dari negara tetangga Jepang yaitu Korea Selatan yang semakin kuat dengan *Korean Wave*. Dampak dari *Korean Wave* di Indonesia sendiri terhitung sangat besar dan masih akan terus naik dan bertambah menggantikan budaya Jepang yang sudah populer lebih dulu di Indonesia (Simanjuntak, 2020). Munculnya serial drama serta musik K-Pop yang semakin digemari oleh masyarakat Indonesia tentu saja menjadi sebuah tantangan baru bagi Jepang untuk tetap mempertahankan eksistensinya di Indonesia.

Dengan teknologi yang semakin berkembang serta globalisasi yang sudah sampai hampir di seluruh negara di dunia, menjadikan semakin kencangnya perubahan terutama dalam politik dunia (Cerny, 1996). Adanya diplomasi yang hanya mengandalkan kekuatan kebudayaan, menaikkan citra negara di dunia internasional, hingga salah satunya muncul diplomasi digital setelah internet semakin banyak digunakan oleh masyarakat luas. Penggunaan teknologi dalam berdiplomasi sudah mulai banyak digunakan oleh berbagai negara ataupun aktivis internasional untuk mengangkat suatu

isu dan berupaya menadapatkan perhatian internasional. Merebaknya Arab Spring hingga menjadikan Arab Spring sebuah gerakan multinasional yang diawali dengan kemampuan menarik perhatian publik atas apa yang terjadi di dalam negaranya hingga berakhir dengan pemberontakan terhadap pemerintah di Timur Tengah (Salem & Mourtada, 2011), penggunaan tagar #unitedforukraine, ataupun ketika Amerika Serikat mengirimkan bantuan ke Nigeria untuk membantu kasus penculikan anak sekolah di Nigeria (Sandre, 2015). Berkembangnya penggunaan diplomasi digital yang semakin dilakukan secara serius oleh negara-negara seperti Amerika Serikat dibuktikan dengan mulai aktifnya penggunaan serta promosi untuk menggunakan teknologi digital serta menambahkan dana khusus untuk mendukung para aktivis digital agar bisa menyampaikan dan menyalurkan kebebasan berekspresi serta kebebasan berbicara (Bjola & Holmes, 2015).

Jepang yang sebelumnya sangat aktif melakukan diplomasi publik melalui kebudayaannya seperti dengan adanya *Cool Japan Movement*, dapat menggunakan cara baru dalam berdiplomasi yaitu dengan menggunakan teknologi dan mendigitalisasikan diplomasinya. Dengan adanya diplomasi digital, Jepang bisa mempermudah agar informasi semakin mudah tercapai oleh masyarakat Indonesia. Selain itu dengan gempuran diplomasi budaya yang kerap kali dilancarkan oleh Korea Selatan dan mampu sukses di Indonesia, dengan adanya diplomasi digital, Jepang mampu menemukan amunisi baru untuk tetap relevan di mata rakyat Indonesia. Dengan dunia maya yang semakin luas dan mudah untuk diakses semua kalangan masyarakat, Jepang melakukan diplomasi digital ini merupakan upaya agar perbaikan citra mereka bisa mencapai semua kalangan masyarakat (S. Park et al., 2019). Diplomasi digital merupakan salah satu cara yang efektif untuk melakukan diplomasi publik terhadap masyarakat negara yang di tuju dikarenakan berkembangnya teknologi yang memudahkan masyarakat untuk aktif serta mendapatkan pengaruh langsung dari diplomasi tersebut (Sandre, 2015). Dengan menggunakan diplomasi digital, jangkauan yang tercipta semakin luas

dikarenakan tidak adanya batas di dunia maya. Dengan itu, Jepang bisa menggapai berbagai warga negara lain meskipun tujuan utamanya adalah Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat ditarik suatu rumusan permasalahan yang menarik untuk diteliti lebih lanjut yaitu:

Bagaimana strategi diplomasi digital Jepang terhadap Indonesia pada masa Duta Besar Masafumi Ishii tahun 2017-2020?

C. Landasan Teori

1. Diplomasi Publik

Diplomasi menurut S. L. Roy adalah sebuah seni atau teknik yang digunakan untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara. Dengan teori diplomasi yang merupakan sebuah tindakan yang dijalankan secara resmi oleh perwakilan suatu negara untuk bernegosiasi ke negara lain (Roy, 1995). Dalam diplomasi, banyak beragam cara yang dapat dilakukan oleh perwakilan negara ataupun masyarakat yang berasal dari negara tersebut. Ada dua macam kekuatan dalam diplomasi suatu negara yaitu *hard power* dan *soft power*. Menurut Joseph S. Nye Jr, kekuatan dari suatu negara itu bisa berupa ancaman, rayuan serta bayaran, dan perhatian yang akan menarik perhatian dari lawan diplomasi. *Soft Power* sendiri berdasarkan kepada kemampuan untuk merubah ataupun membentuk preferensi orang lain terhadap negara yang menggunakannya. Kemampuan utama dari *soft power* adalah dengan menarik perhatian serta membujuk negara lain dan bergantung kepada tiga komponen utama yaitu, kebudayaan yang

menarik bagi pihak lain, nilai-nilai politik jika sesuai dengan keinginan baik itu dalam ataupun luar negeri, serta kebijakan luar negeri ketika dilihat sebagai kebijakan yang sah dan memiliki otoritas moral. Dalam politik internasional, sumber daya *soft power* datang dari nilai sebuah organisasi atau bagaimana cara sebuah negara menyajikan budayanya dan dengan itu pemerintah menggunakan diplomasi publik sebagai salah satu alat untuk mengerahkan sumber daya tersebut untuk berkomunikasi dan menarik perhatian dari masyarakat luar negeri (Nye, 2008).

Menurut John Robert Kelley, diplomasi publik terdiri dari tiga bagian yaitu *information*, *influence*, dan *engagement*. *Information* berarti pengelolaan informasi yang diatur oleh negara dengan tujuan menitikberatkan penyampaian informasi terhadap suatu topik. *Influence* adalah bagaimana negara tersebut dapat mempengaruhi perubahan opini masyarakat di negara tujuan. *Engagement* adalah negara tersebut dapat meningkatkan kepercayaan dan pemahaman publik di negara lain untuk melakukan kerja sama dalam jangka panjang. Melihat dari tiga bagian diatas, diplomasi publik adalah sebuah cara berdiplomasi suatu negara dengan mengedepankan informasi dan mengupayakan perubahan sikap atau opini publik di negara tujuan. Selain itu dengan diplomasi publik maka kepentingan nasional yang memerlukan kepercayaan dari negara lain dapat terbantu (Snow & Taylor, 2008). Dalam dunia modern, diplomasi publik menjadi salah satu jalan bagi pemerintah untuk mendapatkan simpati ataupun perhatian masyarakat dikarenakan dengan besarnya pengaruh opini publik terhadap kebijakan pemerintah yang dibuat. Dengan perubahan yang terjadi, maka pemerintah semakin gencar menjadikan diplomasi publik sebagai salah satu jalan untuk membangun jembatan antara pemerintah dengan masyarakat luar negeri (Roberts, 2007).

Diplomasi publik menjadi salah satu jalan utama dari Jepang untuk memperbaiki citranya di dunia internasional terutama terhadap negara-negara yang pernah dijajahnya

seperti Indonesia. Dengan kapabilitas Jepang yang dibatasi dengan adanya aturan yang tercantum dalam Article 9 pada Konstitusi Jepang yang menyatakan larangan untuk memiliki sebuah kekuatan militer untuk terjun kedalam perang secara otomatis mengeliminasi kemampuan Jepang dalam segi *hard diplomacy* (The Constitution of Japan, 1946). Jepang melakukan diplomasi publik dengan berbagai cara seperti melalui budayanya yang sangat beragam ataupun dalam sektor pendidikan dan menyediakan banyak sekali beasiswa untuk melanjutkan studi di Jepang (Mubah, 2019). Selain itu, Jepang memiliki salah satu program dalam diplomasi publiknya yaitu dengan adanya *Pop-Culture Diplomacy* yang bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan dari dunia internasional dengan menggunakan budaya-budaya baru di Jepang seperti *manga* (komik Jepang) ataupun *anime* (kartun Jepang). Sejak tahun 2007, Jepang rutin memberikan penghargaan seperti MANGA Award, ataupun Anime Ambassador yang bertujuan untuk mengapresiasi para pencipta komik ataupun kartun yang sukses membawa dan menyebarkan nama baik Jepang di kancah internasional (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2017).

2. e-Diplomacy

Perkembangan teknologi dan informasi tentu saja mempengaruhi bagaimana negara melakukan diplomasi. Menurut R. P. Barston, perkembangan teknologi dan informasi ini memiliki empat dampak utama terhadap diplomasi. Pertama, adalah efek dari lintas batas dan waktu telah dimodifikasi dengan adanya perkembangan digital. Seperti isu-isu yang seringkali terkendala akibat masalah geografis. Kedua, fokus media terhadap suatu isu tidak selalu konstan yang berakibatkan dengan berubahnya tempo dari diplomasi. Ketiga, monetisasi revolusi informasi. Dengan berkembangnya dan semakin cepatnya informasi menyebar dan bertukar, dibutuhkan pengembangan alat-alat

komunikasi terbarukan untuk membantu proses diplomasi. Keempat, adalah dengan munculnya ancaman-ancaman baru terhadap sistem diplomasi maupun ekonomi (Barston, 2013).

Diplomasi yang dulunya memerlukan adanya pertemuan secara langsung yang melibatkan utusan yang dikirim ke negara lain atau konferensi-konferensi yang diadakan untuk berusaha mencapai tujuan dari kepentingan nasionalnya. Dengan berkembangnya teknologi dan informasi, semua hal itu dipermudah dengan adanya teknologi serta jaringan internet. Hal ini disebut dengan eDiplomacy atau lebih dikenal luas sebagai diplomasi digital. Dengan adanya kemudahan teknologi ini, para diplomat mulai bergantung kepada internet untuk mencari informasi, berkomunikasi dengan kolega menggunakan e-mail, dan melakukan negosiasi mengenai draf dalam format elektronik. Selain itu, para diplomat juga mulai menggunakan media sosial seperti blog ataupun Facebook untuk mempermudah proses diplomasi dengan menggunakan internet sebagai sebuah alat baru untuk berdiplomasi (Diplomacy.edu, n.d.). Seiring dengan majunya teknologi informasi dan komunikasi, pemerintah seringkali menggunakan internet dan sosial media untuk menyampaikan informasi-informasi penting dari negara untuk konsumsi publik. Selain itu, tentu saja aktor-aktor internasional yang memiliki banyak kepentingan di negara-negara lain dapat menggunakan internet dan sosial media sebagai sarana untuk mencapai kepentingannya di negara yang dituju. Dengan seperti itu, semakin banyak negara yang membentuk dan menyesuaikan identitas serta kepentingan luar negerinya untuk dunia maya. Dengan terbentuknya sistem diplomasi yang baru, aktor diplomasi baik itu negara ataupun non-negara memiliki peranan yang sama untuk mendapatkan pengaruh di dunia digital. Menurut Hocking, diplomasi digital bisa disebut sebagai alat bantu diplomasi tradisional yang mampu mendorong tujuan kebijakan luar negeri, memperjauh jangkauan internasional, serta mampu mempengaruhi masyarakat melalui internet

(Hocking & Melissen, 2015). Diplomasi digital berperan sebagai salah satu suplemen baru bagi diplomasi tradisional untuk lebih menyegarkan cara berdiplomasi kepada masyarakat luar negeri. Kemunculan dan berkembangnya diplomasi digital menyebabkan banyak hal dalam hubungan internasional dapat terjadi ataupun berubah secara instan, selain itu penyebaran informasi melalui dunia digital terhitung lebih cepat dengan terhapusnya pula batasan-batasan geografis yang seringkali membatasi tersebarnya informasi (Lozev & Murray, 2013).

Naiknya aktivitas pengguna media sosial seperti Facebook, Friendster, Youtube, dan Twitter menjadikan salah satu landasan utama akan berkembangnya diplomasi digital. Dengan munculnya sebuah media baru yang bisa menarik perhatian publik serta kemungkinan untuk berbagi informasi dengan siapa saja tanpa halangan geografis tentu saja menarik perhatian pemerintah untuk mengembangkan diplomasi negaranya ke arah digital. Selain itu, dengan munculnya diplomasi digital, bukan hanya memperluas jangkauan para diplomat melainkan menambah lingkungan baru yang berupa *grassroots public diplomacy* dengan masyarakat yang mampu mengakses sosial media dari berbagai kalangan (Collins & Bekenova, 2019). Berkembangnya diplomasi digital melalui berbagai media sosial merupakan salah satu upaya untuk mempermudah pemerintah melakukan diplomasi terhadap masyarakat negara lain serta untuk mengurangi biaya yang digunakan untuk diplomasi (Holmes, 2013). Selain itu, dengan mudahnya akses informasi serta banyaknya masyarakat yang memiliki akses terhadap teknologi, akan mempengaruhi efektivitas dari suatu diplomasi yang dilakukan oleh pemerintah untuk mencapai tujuan-tujuan utama diplomasinya. Pada hal ini, diplomasi publik seringkali menjadi salah satu kemampuan utama dari diplomasi digital dikarenakan kemampuannya melingkupi seluruh tingkatan masyarakat yang memiliki akses terhadap teknologi.

Diplomasi digital dan diplomasi publik adalah sebuah kombinasi yang seringkali sukses untuk menyampaikan kebijakan-kebijakan luar negeri ataupun untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat (Hanson, 2010). Marcus Holmes beranggapan bahwa penggunaan teknologi dalam diplomasi publik adalah strategi suatu negara untuk melakukan diplomasi dengan strategi *production* untuk memproduksi, *dissemination* untuk menyebarkan informasi, serta *maintenance of knowledge* untuk menjaga arus informasi guna membantu kepentingan negara yang lebih lanjut, sedangkan media sosial sendiri memiliki peran yaitu *agenda-setting*, *presence-expansion*, dan *conversation generating*. *Digital agenda-setting* adalah kemampuan untuk menyebarkan informasi dan menyelaraskannya dengan agenda para diplomat, *presence-expansion* merupakan situasi ketika para diplomat yang sedang bertugas tersebut mampu menggunakan media sosial menjadi wadah promosi aktivitas ataupun kegiatan negaranya, sedangkan *conversation generating* merupakan kemampuan dari diplomasi digital untuk mengadakan hubungan dua arah antara para perwakilan negara dengan publik (Bjola & Holmes, 2015). Diplomasi digital adalah salah satu alat yang memungkinkan komunikasi dua arah antara pemerintah yang melakukan diplomasi dengan publik yang menerimanya. Dengan adanya diplomasi digital, tujuan diplomasi publik sedikit berubah menjadi membangun dan memanfaatkan hubungan jangka panjang dengan masyarakat luar negeri.

Dengan Jepang selaku negara yang aktif dalam menggunakan *soft power*nya terutama dalam segi diplomasi publik, berkembangnya diplomasi sendiri menjadi diplomasi digital tentu saja mempermudah Jepang dalam memperbaiki citranya dan mendapatkan suara dari masyarakat Internasional. Dalam kasus ini, Jepang mampu menggunakan media sosial sebagai sarana yang sangat efektif untuk melakukan diplomasi digital. Dengan Jepang yang memiliki kapabilitas internet yang sangat baik dan

terhitung nomor empat terbaik di dunia, membuat Jepang sangatlah siap untuk memasuki dunia digital (fastmetrics, n.d.). Jepang yang pada saat itu mengalami bencana nasional yaitu gempa pada tahun 2011 mulai menyadari bahwa media sosial dapat membantu untuk menaikkan citra Jepang di mata internasional terlebih dalam cara menghadapi dan bangkit kembali setelah bencana nasional tersebut. Setelah masa itu, Jepang mulai menggunakan media sosial secara intensif untuk membuat jalur komunikasi dengan dunia internasional dan menyadari bahwa dalam masa modern seperti ini, media sosial dan dunia internet sangatlah penting terlebih dalam kepentingan nasional setiap negara (S. J. Park & Lim, 2014).

D. Hipotesa

Dari uraian latar belakang, rumusan masalah, dan merujuk kepada kerangka pemikiran di atas, maka dapat diambil hipotesis yaitu:

Strategi Jepang dalam menggunakan diplomasi digital adalah sebagai alat bantu dalam melaksanakan diplomasi publik Jepang di Indonesia dengan menggunakan media sosial seperti Facebook dan Instagram sebagai salah satu sarana diplomasi digital guna berinteraksi langsung dengan masyarakat Indonesia dan menaikkan kepercayaan publik Indonesia terhadap Jepang.

E. Tujuan Penelitian

Penelitian dan penulisan proposal skripsi ini secara umum ditujukan untuk mengkaji dan memberikan gambaran secara objektif mengenai strategi diplomasi digital yang dilakukan oleh Jepang terhadap Indonesia sebagai sarana baru dalam diplomasi publik Jepang.

F. Batasan Penelitian

Demi menjaga relevansi dan efektivitas penelitian, penulis membatasi lingkup penelitian ini pada penerapan diplomasi digital Jepang terhadap Indonesia selama masa Duta Besar Masafumi Ishii dalam rentang waktu pada masa jabatan Masafumi Ishii yang dimulai pada tahun 2017 hingga berakhir di tahun 2020.

G. Metodologi Penelitian

1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mencari informasi mengenai judul tersebut adalah melalui studi literatur dan *online research* yaitu pengumpulan data dengan cara membaca atau mempelajari buku-buku referensi, jurnal, ataupun buku teks yang berkaitan dengan topik yang dibahas. Jenis data yang dipergunakan berupa data sekunder dari literatur seperti buku, jurnal ilmiah, media cetak, dan situs internet.

2. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dengan data-data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teori agar bisa ditemukan korelasi antar fakta tersebut.

H. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini penulis akan membagi bentuk penelitian menjadi empat bab untuk menjelaskan topik penelitian berjudul “**Strategi Diplomasi Digital Jepang Terhadap Indonesia Pada Masa Duta Besar Masafumi Ishii 2017-2020**”

BAB I Merupakan bab pendahuluan yang berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka teori, hipotesa, metode penelitian, tujuan penelitian, jangkauan penelitian, dan sistematika penelitian

BAB II Penulis menerangkan tentang perkembangan diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang. Penjelasan dimulai pada masa Jepang pasca Perang Dunia II dan berada di bawah naungan Amerika Serikat secara keamanan dan upaya Jepang untuk memulihkan citra Jepang di dunia internasional.

BAB III Penulis menjelaskan mengenai diplomasi digital yang digunakan Jepang sebagai salah satu alat terbaru diplomasi. Pada bab ini penulis akan menjelaskan bagaimana cara Jepang menggunakan strategi diplomasi digital sebagai alat tambahan dalam diplomasi publik untuk menaikkan kepercayaan publik terutama di Indonesia.

BAB IV Merupakan kesimpulan secara keseluruhan dari Bab I, Bab II, dan Bab III.