

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jepang merupakan salah satu negara yang gencar melakukan diplomasi budaya. Diplomasi budaya yang dilakukan oleh Jepang pada era globalisasi ini cenderung menggunakan budaya populer (pop-culture). Berbagai produk budaya populer Jepang seperti manga, anime, fashion maupun musik populer Jepang mulai menjadi perhatian Ministry of Foreign Affairs Japan (Kementerian Luar Negeri Jepang) sejak adanya perubahan struktur di dalam Kementerian Luar Negeri Jepang (Fasisaka et al., 2012)

Budaya merupakan konsep utama pada kajian antropologi. Konsep ini umumnya meliputi aspek-aspek seperti pengetahuan, teknologi, nilai, keyakinan, kebiasaan, dan sikap yg umum bagi manusia. menurut Marshall (1998) pada masyarakat yang sederhana umumnya hanya ada satu bentuk budaya utuh (integrated culture) yang diusung oleh semua anggota masyarakat (Venus, 2017). Sedangkan pada rakyat yang kompleks entitas budaya ini memiliki lapisan yg banyak meliputi budaya mayoritas dan beragam sub-subbudaya. Budaya merupakan suatu aset yang dimiliki oleh berbagai daerah maupun sebuah negara, dan budaya sendiri adalah suatu gaya hidup yang dimiliki masyarakat dan diwariskan secara turun temurun dari generasi ke generasi.

Konsep kebudayaan adalah merupakan suatu konsep yang kompleks, yang dimana dalam konsep kebudayaan terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan lain yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat. kebudayaan adalah sarana hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat. Kebudayaan sangat erat hubungannya dengan masyarakat bahwa segala sesuatu yang terdapat dalam masyarakat ditentukan oleh kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri. Kebudayaan sendiri mengandung keseluruhan pengertian dari nilai, norma, ilmu pengetahuan serta keseluruhan struktur sosial, religius dan lain lain, hal ini bisa dikatakan sebagai nilai intelektual dan artistik yang menjadi ciri khas dari suatu masyarakat tersebut.

Budaya sendiri bisa terbentuk dari berbagai aspek seperti agama, politik, adat istiadat, bahasa, pakaian maupun karya seni. Budaya adalah sesuatu yang sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Seiring dengan perkembangan zaman budaya bersifat abstrak, kompleks serta luas. Budaya juga dapat dijadikan suatu penghubung menggunakan negara-negara lain dan bisa saling bertukar. Budaya Jepang banyak mengalami perubahan tiap tahunnya, mulai dari kebudayaan orisinal Jepang yaitu Jomon sampai budaya yang telah terbentuk karena pengaruh Eropa, Asia dan Amerika Utara (Bimrew Sendekie Belay, 2022).

Kebudayaan Jepang setiap tahunnya pula semakin berkembang, dari perkembangan kebudayaan yang ada, Jepang memiliki kepentingan sendiri yaitu untuk mengkomersilkan kebudayaannya serta menguasai pasar kultur dunia melalui kebudayaan tradisional maupun budaya populer yang mereka miliki. Jepang sangatlah dikenal sebagai negara maju di Asia bagian timur yang hingga saat ini masih sangat mempertahankan budayanya. Selain mempertahankan budaya tradisionalnya, Jepang melakukan pengembangan terhadap budaya populernya. Budaya populer Jepang yang sering disebut Japanese popular culture ini sangatlah menarik perhatian masyarakat internasional. Budaya kemudian dianggap menjadi aspek penting dalam hubungan internasional. Diplomasi kebudayaan belakangan menjadi salah satu cara supaya sebuah negara bisa mencapai kepentingan nasionalnya. Diplomasi kebudayaan ini dapat menggunakan beberapa media diantaranya pameran budaya, pertukaran pelajar, atau juga penyebaran budaya melalui media seperti internet, buku / majalah, atau film.

Budaya populer sendiri muncul dari interaksi sehari-hari berdasarkan dari kebutuhan suatu masyarakat. Budaya ini mencakup seluruh praktik kehidupan sehari-hari, mulai dari gaya berpakaian, memasak, olahraga, hingga dunia hiburan. Budaya populer adalah produk masyarakat industrial, kegiatan pemaknaan dan yang akan terjadi kebudayaan ditampilkan dalam jumlah besar, kerap dengan donasi teknologi produksi, distribusi, serta penggandaan massal, sehingga praktis dijangkau sang rakyat (Heryanto, 2012). Adapun produk budaya populer Jepang seperti manga, anime, dan game sangat populer di seluruh dunia yang tersebar melalui beragam media seperti televisi, internet dan lain-lain. Melalui berbagai

produk budaya populernya, Jepang secara tidak langsung memperkenalkan nilai-nilai serta budaya tradisional Jepang seperti penggunaan bahasa Jepang, penggunaan kimono, tarian bon odori, semangat bushido, dan lain-lain (Fasisaka et al., 2012).

Setelah Perang Dunia Kedua, Jepang mengalami kekalahan besar dan diduduki oleh pasukan Sekutu. Akibatnya, Jepang harus melakukan banyak rekonstruksi dan pemulihan ekonomi, dan di tengah situasi ini, Jepang menyadari bahwa mereka harus membangun reputasi yang baik di mata dunia. Mempromosikan budaya Jepang ke dunia internasional adalah salah satu cara Jepang membangun reputasi yang baik. Budaya Jepang sering memiliki unsur-unsur yang unik, menarik, dan inovatif, yang membuatnya sangat menarik bagi generasi muda di seluruh dunia.

Setelah Perang Dunia II, budaya Jepang mulai berpadu dengan budaya AS dan Eropa. Untuk meningkatkan perekonomiannya, Jepang memilih mengambil pendekatan “low profile” dan tidak ingin ikut campur dengan negara lain. Hal itu dilakukan untuk mengantisipasi peristiwa terburuk yang pernah dialami Jepang, yakni pengeboman kota Hiroshima dan Nagasaki. Pada era ini, Jepang mulai mengimpor berbagai bentuk budaya barat seperti kartun, film, komik, dan produk lainnya. Jepang juga telah membangun pabrik mainan anak-anak, di mana para pekerja menggunakan sampah dan limbah untuk membuat miniatur mobil, kereta api, dan pesawat. Produk-produk tersebut telah digunakan sebagai komoditas ekspor Jepang ke AS.

Kemudian pada akhir 1960-an – awal 1970-an, tujuan diplomasi budaya Jepang bergeser untuk memprioritaskan bidang ekonomi. Pergeseran tujuan diplomasi budaya Jepang ini merupakan respon terhadap hasil perkembangan ekonomi Amerika dan Eropa yang menarik perhatian internasional pada akhir 1950-an. Sementara produk Jepang saat itu masih tergolong produk impor murah, eksportir Jepang juga dihadapkan pada berbagai kendala. Stigma terhadap kondisi ini menjadi tantangan bagi Jepang untuk membuktikan bahwa perekonomian Jepang mampu bersaing melalui langkah-langkah baru, serta mengangkat citra

Jepang sebagai negara maju baik dalam teknologi maupun ekonomi melalui diplomasi budaya.

Perkembangan pesat dari era globalisasi menyebabkan banyak perubahan bagi suatu negara. Sejak berakhirnya perang dingin diplomasi kebudayaan sangat menarik bagi pengamat, pembuat kebijakan dan sarjana hubungan internasional (IR). Era globalisasi memberikan kemajuan dalam *Information Communication Technology* (ICT) masa kini. Kemajuan peralatan teknologi ini turut memberikan tantangan kepada perkembangan teknik berdiplomasi yang digunakan oleh negara-negara. Negara menambahkan keterlibatan *Soft power* dalam teknik berdiplomasi, namun tidak meninggalkan penggunaan *hard power*. Hal ini bisa kita lihat dari gagasan bahwa kekuatan suatu negara tidak harus diukur dari segi materi, tetapi juga dari segi kemampuan menarik perhatian orang lain terhadap negaranya. Diplomasi kebudayaan adalah suatu alat yang digunakan negara untuk menarik perhatian wisatawan mancanegara terhadap budaya di negara tersebut, hal ini bisa kita sebut dengan *Soft power*.

Jepang pada tahun 1950 hingga tahun 1960-an, Jepang hanya memiliki satu tujuan dalam melakukan *culture diplomacy*, yaitu untuk memperbaiki citra negaranya pada saat sebelum perang hingga selesainya perang dunia. Jepang sebelum perang dikenal sebagai negara yang militeristik, Jepang pasca perang melakukan *culture diplomacy* untuk mengubah citra Jepang yang lama menjadi negara yang cinta damai dengan menekankan budayanya seperti upacara minum teh dan merangkai bunga, kegiatan ini dilakukan untuk menyampaikan bahwa Jepang adalah negara yang mencintai kedamaian kepada seluruh dunia (Ogoura, 2008).

Pada awal abad ke-20, Jepang memasuki era Meiji, di mana mereka mengadopsi modernisasi untuk mengejar kekuatan Barat dan menghindari kolonialisasi. Jepang dipandang sebagai negara militer yang ingin memperluas wilayahnya karena berpartisipasi dalam perang-Rusia (1904–1905) dan invasi terhadap Tiongkok (1937). Jepang menjadi bagian dari poros selama Perang Dunia II, dan pada tahun 1941, mereka menyerang Pearl Harbor dengan cepat, melibatkan Amerika Serikat dalam perang. Kebijakan internasional Jepang diatur oleh

nasionalis ekstrem dan pemerintah militer, yang menggambarkan negara itu sebagai ancaman dunia.

Pada awal Perang Dunia II, Jepang mendapat kemenangan besar. Namun, setelah Amerika Serikat menjatuhkan bom di Hiroshima dan Nagasaki, Jepang mengakui kekalahannya. Kekalah Jepang tidak hanya berdampak pada aspek militer, tetapi juga aspek moral. Tentara Jepang telah melakukan kekejaman terhadap warga sipil dan tawanan perang, yang telah merusak reputasi Jepang di mata dunia. Perang Dunia II menyaksikan kekejaman yang melibatkan banyak negara, dan Jepang, sebagai salah satu kekuatan Poros, terlibat dalam sejumlah tindakan yang merugikan citranya di mata dunia. Kekejaman ini, yang termasuk pembantaian massal, perlakuan terhadap tawanan perang, dan penggunaan senjata kimia, menciptakan bayangan yang kelam atas nama Jepang selama periode tersebut (Daws et al., 1995).

Kekejaman Jepang pada Perang Dunia II: Pembunuhan massal warga sipil. Tentara Jepang telah melakukan pembantaian terhadap warga sipil di berbagai negara, termasuk China, Indonesia, dan Filipina. Salah satu pembantaian paling terkenal adalah Pembantaian Nanking, di mana sekitar 300.000 warga sipil China dibunuh oleh tentara Jepang. Perbudakan seksual. Tentara Jepang juga telah memerkosa dan memperbudak secara seksual ribuan wanita di berbagai negara. Wanita-wanita ini dikenal sebagai "wanita penghibur" atau "*wanita comfort women*". Eksperimen perang biologis. Tentara Jepang telah melakukan eksperimen perang biologis yang kejam terhadap tawanan perang. Eksperimen ini dilakukan oleh Unit 731, sebuah unit militer rahasia Jepang yang bertanggung jawab untuk mengembangkan senjata biologis (Chang, Iris, 2009). Kekejaman-kekejaman tersebut telah membuat citra negara Jepang menjadi buruk di mata dunia internasional. Citra ini semakin diperburuk oleh sikap pemerintah Jepang yang terkesan menutup-nutupi atau bahkan menyangkal kekejaman yang dilakukan oleh tentaranya .

Dalam periode perang Jepang sangat memaksakan budayanya kepada penduduk local di wilayah yang diduduki pada periode perang, hal ini menjadi kekhawatiran pemerintah Jepang pada saat pasca perang (N. K. Otmazgin, 2012).

Akan tetapi kekhawatiran pemerintah Jepang menghasilkan nilai yang berbalik, dimana pada tahun 1990-an keberhasilan dan popularitas kebudayaan mendapatkan antusias yang sangat tinggi dari generasi muda saat itu. Jepang ketika periode perang sangat menekankan tentang kebijakan budayanya tentang pembangunan kerjaan, akan tetapi pasca perang kebijakan budaya Jepang berubah drastis, pascaperang generasi muda yang menyukai produk budaya Jepang seperti anime, manga, dan fashion.

Jepang saat ini menjadi negara dari Asia bagian timur yang memiliki kemajuan yang sangat pesat dalam bidang ekonomi ataupun dalam bidang elektronik. Saat ini budaya Jepang sangat terkenal di seluruh penjuru dunia, hal ini tidak lepas dari bagaimana Jepang mempromosikan budayanya ke dunia internasional. Dengan adanya perkembangan era globalisasi yang sangat kuat untuk mempengaruhi bagaimana kebijakan luar negeri suatu negara, dengan demikian saat ini banyak negara diseluruh dunia melakukan diplomasi public untuk negaranya. Jepang sendiri sudah memiliki keterlibatan dalam kebudayaan internasional sejak tahun 1951 ketika Jepang bergabung dengan UNESCO (Ogoura, 2008).

Diplomasi kebudayaan Jepang mendapatkan perhatian yang tinggi dari pemerintah setempat itu memberikan keuntungan yang besar bagi negara Jepang dalam memperbaiki citra luar negerinya. Pemerintah Jepang juga melakukan pelarangan terhadap budaya tradisional Jepang yang memiliki unsur semangat samurai dan tradisi feodal (Ogoura, 2008). Keberhasilan Jepang dalam mengubah citranya melalui *Soft power* yang digunakan Jepang, membuat peminat dari penduduk mancanegara tertarik akan Jepang. Hal ini membuat penulis tertarik dalam meninjau bagaimana strategi Jepang dalam melakukan promosi budayanya terhadap dunia internasional.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut: **“Bagaimana Strategi Jepang Dalam Mempromosikan Budayanya Melalui Sarana Media Film Sebagai *Soft Power* negaranya?”**

1.3 Kerangka Teori

Teori Dipolmasi Kebudayaan (*Cultural Diplomacy*)

Diplomasi dalam arti luas, merupakan suatu keseluruhan proses yang dilalui oleh negara dalam melakukan hubungan luar negerinya (Griffiths et al., 2014). Diplomasi bagi suatu negara adalah dimana negara tersebut meempersentasikan dirinya terhadap dunia, hal ini juga untuk memenuhi salah satu kepentingan negaranya. Dengan kata lain diplomasi memiliki tujuan untuk memajukan suatu negara dengan menjaga ketertiban internasional. Diplomasi merupakan suatu cara untuk memenuhi kepentingan negara, dengan peraturan dan tata krama tertentu yang digunakan dalam menjalin hubungan dengan negara lain ataudengan masyarakat internasional (Warsito & Kartikasari, 2007).

Definisi dari diplomasi menurut KM. Pannikar, diplomasi adalah suatu seni yang mengedepankan kepentingan suatu negara dalam hubungannya dengan negara lain atau dapat diartikan sebagai salah satu usaha atau cara suatu negara untuk meraih dan memperjuangkan kepentingan nasionalnya di dunia internasional (Lubis, 2017).

Diplomasi kebudayaan merupakan salah satu bagian dari diplomasi public, yang memiliki peran dalam membantu proses komunikasi pemerintah terhadap public mancanegara. Istilah yang diperkenalkan oleh SL Roy “Diplomacy by cultural performance” atau saat ini dikenal dengan cultural diplomacy ini menggunakan kegiatan-kegiatan kebudayaan negara tersebut untuuk mendapatkan kesan dan citra yang baik, hal ini tidak harus menggunakan sarana budaya kuno ataupun budaya lama (Asep, 2016).

Konsep diplomasi budaya tidak pernah terlepas dari diplomasi public suatu negara tersebut. Diplomasi public menurut Nancy Snow (2009) adalah sesuatu yang tidak terhindarkan yang berhubungan dengan kekuasaan, terutama yang bersifat Soft power yang tidak langsung memengaruhi seperti budaya, nilai, dan ideologi. Diplomasi publik juga sangat berhubungan dengan pembentukan citra suatu negara.

Citra dapat dinyatakan secara singkat sebagai “gambaran dalam benak kita”, seperti dikemukakan Walter Lippmann dalam bukunya *Publik Opinion* (Ma'mun, 2012).

Pada akhir abad ke-20 terdapat istilah ‘pop culture’ pada dunia internasional, pop culture adalah budaya baru dari suatu negara yang memiliki sifat modern dan bertolak belakang dengan budaya tradisional negara tersebut. Pop Culture yang dimiliki Jepang seperti anime, manga, music pop (J-Pop) dan fashion, sangatlah melekat menjadi bagian dari ciri khas negara Jepang di mata internasional.

Jepang merupakan salah satu negara yang menggunakan Soft power sepanjang tahun 2000-an. Kemampuan Jepang dalam menggunakan sumber daya budayanya untuk menarik perhatian public, membuat Jepang memiliki citra yang bagus di dunia internasional pasca perang dunia ke II, dimana Jepang lebih dikenal sebagai negara yang militeristik. Jepang adalah salah satu negara yang berhasil dalam mengembakan budayanya dalam dunia internasional akibat dari perkembangan poregrsif pada era globalisasi (Pratama & Puspitasari, 2020).

Pasca Perang Dunia II, Jepang secara aktif menggunakan diplomasi kebudayaan untuk memperbaiki citra negaranya di mata dunia internasional, yang saat itu masih dibayang-bayangi oleh kekejaman Jepang selama perang. Pemerintah Jepang menyadari bahwa budaya Jepang memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat internasional. Oleh karena itu, pemerintah Jepang mulai mempromosikan budaya Jepang melalui berbagai program dan kegiatan diplomasi kebudayaan. Pemerintah Jepang menyadari bahwa budaya Jepang memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat internasional, jadi mereka mulai membantu mempromosikan budaya melalui berbagai program dan kegiatan diplomasi kebudayaan. Japan Foundation, yang didirikan pada tahun 1972, adalah salah satu program diplomasi kebudayaan Jepang yang paling terkenal. Memiliki kantor cabang di lebih dari 20 negara, termasuk Indonesia.

Diplomasi kebudayaan Jepang telah berhasil meningkatkan pemahaman dan apresiasi terhadap budaya Jepang di kalangan masyarakat internasional. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara ke Jepang, meningkatnya minat masyarakat internasional untuk belajar bahasa Jepang, dan

meningkatnya popularitas produk-produk budaya Jepang, seperti anime, manga, dan musik pop Jepang. Di Indonesia, diplomasi kebudayaan Jepang telah berjalan dengan baik. Pemerintah Indonesia dan Jepang telah bekerja sama dalam berbagai program diplomasi kebudayaan, seperti:

- Japan Cultural Weeks, yaitu program tahunan yang diselenggarakan oleh Japan Foundation Jakarta untuk mempromosikan budaya Jepang di Indonesia.
- JAK Japan Matsuri, yaitu festival budaya Jepang yang diadakan setiap tahun di Jakarta.
- Kerja sama pendidikan, antara lain melalui pengiriman pelajar Indonesia ke Jepang dan penyelenggaraan program pertukaran pelajar antara Indonesia dan Jepang.

Teori *Soft power*

Dalam dunia politik power adalah suatu konsep yang digunakan dalam lingkup hubungan internasional. Pandangan realisme terhadap politik global mengatakan “realism an approach to global politics derived from the tradition of power politics and belief that behavior is determined by the search for and distribution of power”(Mansbach & Taylor, 2017), hal ini mengartikan bahwa power dalam suatu negara terdapat pemimpin negara harus waspada terhadap upaya negara-negara lain yang bisa memperoleh kekuatan tambahan dan dapat membahayakan negaranya sendiri. Dalam realisme, suatu negara akan selalu mencoba untuk menyeimbangkan kekuatan satu sama lain baik dengan membentuk aliansi atau meningkatkan persenjataan mereka. Morgenthau menggunakan kekuasaan dalam teori politik untuk memahami hakikat politik. Kemudian, nafsu untuk berkuasa adalah bagian sentral dari pemahamannya tentang sifat manusia yang, pada gilirannya, menemukan kemungkinan dan membatasi jenis teori ilmiah yang mungkin dalam ilmu-ilmu sosial.

Hard dan *Soft power* terkait karena keduanya merupakan aspek kemampuan untuk mencapai tujuan seseorang dengan mempengaruhi perilaku orang lain.

Perbedaan di antara mereka adalah salah satu derajat, baik dalam sifat perilaku dan dalam wujud sumber daya. Kekuasaan komando kemampuan untuk mengubah apa yang dilakukan orang lain dapat bertumpu pada paksaan atau bujukan (J. Nye, 2004). Kekuasaan kooptif kemampuan untuk membentuk apa yang diinginkan orang lain dapat bertumpu pada daya tarik budaya dan nilai seseorang atau kemampuan untuk memanipulasi agenda pilihan politik dengan cara yang membuat orang lain gagal mengungkapkan beberapa preferensi karena tampaknya terlalu tidak realistis.

Konsep *Soft power* pertama kali dicetuskan Joseph Nye kekuatan lembut yang mengacu pada kemampuan negara untuk membentuk pilihan kebijakan luar negeri negara lain melalui tindakan non koersif, budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan luar negeri nonmiliter merupakan sumber utama kemampuan negara untuk menarik dan mengkooptasi negara lain (Bukh, 2014)

Para pemimpin politik telah lama memahami kekuatan yang berasal dari daya tarik negaranya. Suatu negara dapat memperoleh hasil yang diinginkannya dalam politik dunia karena negara-negara lain mengagumi nilai-nilainya, meniru teladannya, bercita-cita untuk tingkat kemakmuran dan keterbukaannya yang ingin mengikutinya. Dalam pengertian ini bisa dikatakan bagaimana pentingnya mengatur suatu agenda internasional untuk menarik minat orang lain dengan budaya yang ada negaranya.

Dalam politik internasional, sumber daya yang menghasilkan *Soft power* sebagian besar muncul dari nilai-nilai yang diekspresikan organisasi atau negara dalam budayanya, dalam contoh-contoh yang ditetapkan oleh praktik dan kebijakan internalnya, dan dalam cara ia menangani hubungannya dengan orang lain. *Soft power* suatu negara selalu bertumpu pada 3 sumber daya pada negaranya seperti:

- Budaya pada negaranya yang memiliki daya Tarik bagi masyarakat negara lain
- Nilai politik yang dimiliki negara tersebut
- Kebijakan luar negerinya yang memiliki otoritas moral dan dipandang sah.

Negara seperti Jepang yang mengalami kekalahan pada perang dunia, tentu mengalami kemerosotan ekonomi dan militer. Sebuah negara yang mengalami kemerosotan ekonomi dan militer kemungkinan akan kehilangan tidak hanya sumber daya kekuatan militernya, tetapi juga beberapa kemampuannya untuk membentuk agenda internasional dan beberapa daya tariknya.

Pasca Perang dunia II, Jepang mengalami kekalahan telak dan diduduki oleh Amerika Serikat. Kondisi ini mengakibatkan Jepang kehilangan pengaruhnya di dunia internasional dan citranya sebagai negara agresor yang kejam. Untuk memperbaiki citranya, Jepang memanfaatkan soft power, yaitu kekuatan yang berasal dari budaya, nilai-nilai, dan gaya hidup suatu negara.

Salah satu bentuk soft power yang digunakan Jepang adalah *Cool Japan*. *Cool Japan* adalah inisiatif yang didukung pemerintah yang diluncurkan pada tahun 2002 untuk memanfaatkan kekuatan budaya populer dan industri kreatif Jepang untuk meningkatkan citra global negara tersebut. Ini bertujuan untuk menampilkan perpaduan unik antara tradisi dan inovasi Jepang, menarik minat internasional dan mendorong pariwisata, perdagangan, dan investasi.

Cool Japan sebagai *nation brand* turut digunakan sebagai salah satu instrumen penting. Dalam *Japan Revitalization Strategy*, peran *nation brand Cool Japan* disolidifikasi melalui eksistensi *Cool Japan Initiative* dan *Cool Japan Fund* dalam mempromosikan kepentingan negara beserta nilai-nilai yang berkaitan dengan identitas Jepang secara internasional. Salah satunya yaitu dengan membentuk kerjasama dengan organisasi-organisasi terkait dan melakukan kegiatan broadcasting konten-konten Jepang di negara-negara yang menjadi target pasarnya.

Pada tahun 1970-an, budaya populer Jepang seperti anime, manga, dan video game mulai populer di dunia internasional. Budaya populer Jepang ini telah berhasil menarik perhatian orang dari berbagai negara, mengubah citra Jepang dari negara yang ganas menjadi negara yang inovatif dan kreatif.

1.4 Hipotesa

Berdasarkan latar belakang masalah dan kerangka teoritis yang sudah dijelaskan di atas, penulis memperoleh jawaban sementara bahwa, Jepang

melakukan upaya seperti, menggunakan Nation Branding *Cool Japan* dan *Cool Japan*, meluncurkan Platform kemitraan public dan swasta yang terdiri dari kementerian dan lembaga terkait, serta organisasi non-pemerintah sebagai upaya memperkuat kolaborasi antara sektor publik dan swasta.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang berjudul “*Strategi Jepang Dalam Mempromosikan Budaya Melalui Media Film Dan Animasi (2015-2021)*” adalah untuk mengetahui bagaimana strategi Jepang dalam menggunakan budayanya melalui media animasi untuk menaikkan perkembangan ekonomi negaranya.

1.6 Jangkauan Penelitian

Dalam melakukan penelitian diperlukan pembatasan dalam pembahasan. Pembatasan ini dilakukan agar penelitian menjadi lebih fokus dan tidak keluar dari objek permasalahan. Pada penulisan skripsi ini peneliti membatasi jangkauan pada bagaimana pemerintah Jepang berhasil dalam menggunakan budayanya sebagai *Soft power* untuk kepentingan Jepang pada tahun 2015-2021.

1.7 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif yaitu dengan cara mengumpulkan data-data ataupun informasi yang aktual dan memiliki keterkaitan dengan judul penelitian. Peneliti juga menggunakan tektik penelitian kepustakaan yaitu dengan menela’ah sumber bacaan seperti buku, jurnal, berita, artikel, laporan dan lain sebagainya. Sehingga peneliti tidak perlu adanya terjun ke lapangan, akan tetapi data yang sudah dikumpulkan dari berbagai sumber yang kemudian akan disusun menjadi suatu pembahasan.

1.8 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan penulis secara sistematis disusun dalam empat bab, sebagai berikut:

BAB I, pada bab ini penulis akan membahas tentang latar belakang masalah yang berisikan tentang negara Jepang pasca perang dunia II, dan bagaimana Jepang saat ini menggunakan budayanya sebagai *Soft power* dalam diplomasi budayanya.

Rumusan masalah, kerangka teori, hipotesa, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II, pada bab ini akan membahas bagaimana perkembangan budaya Jepang.

BAB III, pada bab ini penulis akan membahas bagaimana Jepang mempromosikan budayanya sebagai *Soft power* melalui media film dan animasi melalui Nation Branding *Cool Japan Initiative* , *Cool Japan* dan Platform Kemitraan Public dan Swasta.

BAB IV, pada bab ini penulis akan membahas tentang kesimpulan yang didapatkan dari analisis data dan pembahasan yang sudah dilakukan.

