

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Setiap orang dewasa ini populer dengan diplomasi menggunakan *hard power*. *Hard Power diplomacy* adalah kemampuan suatu negara untuk mencapai tujuannya menggunakan unsur – unsur pemaksaan atau ancaman. Pemaksaan atau ancaman ini dapat mengarah berupa kekuatan militer, embargo, ataupun juga kecaman. Kekuatan militer dan ekonomi bisa jadi digunakan oleh sebuah negara untuk meraih sebuah kepentingan. Akan tetapi, kepentingan dapat diraih bukan hanya menggunakan dua cara tersebut. Menurut Joseph S. Nye Jr. (2004) sebuah negara dapat meraih apa yang mereka inginkan tidak dengan mengancam atau membujuk atau dengan kekuatan negatif lain. Sebuah negara dapat memperoleh apa yang mereka inginkan karena terdapat kekaguman terhadap nilai – nilai dalam negara tersebut. Diplomasi seperti hal yang disebutkan diatas disebut dengan *soft power*¹.

Budaya kemudian dianggap sebagai aspek penting dalam hubungan internasional. Diplomasi kebudayaan belakangan menjadi salah satu cara agar sebuah negara dapat mencapai kepentingan nasionalnya. Diplomasi kebudayaan ini

¹ <http://hbswk.hbs.edu/archive/4290.html>

dapat menggunakan beberapa media antara lain pameran budaya, pertukaran pelajar, atau juga penyebaran budaya melalui media seperti internet, buku / majalah, atau film.

Jepang merupakan salah satu negara yang gencar menggunakan diplomasi kebudayaan untuk menyebarkan produk – produk kebudayaannya. Produk – produk tersebut kemudian dianggap sebagai budaya populer Jepang. Menurut Hidetoshi Kato (1989) istilah budaya populer Jepang lebih tepat disebut dengan *taishuu bunka* (budaya massa). Selain itu, budaya pop Jepang sangat erat kaitannya dengan *minshuu bunka* (budaya rakyat) dan juga *minzoku bunka* (budaya bangsa)².

Jepang dahulu dikenal dengan negara dengan kekuatan militer yang kuat. Hal ini dapat dibuktikan dengan Jepang berani melakukan pemboman terhadap pangkalan Angkatan Laut Amerika Serikat di Pearl Harbour pada 1941. Selain itu, Jepang juga masuk menjadi negara yang berhasil menjajah beberapa negara di Asia. Karena kekalahan Jepang pada Perang Dunia II, maka pemerintah Jepang melakukan perubahan kebijakan luar negeri.

Perkembangan Jepang saat ini, tidak terlepas dari pengaruh *Yoshida Doctrine*. Shigeru Yoshida yang menjabat sebagai Perdana Menteri Jepang pada 1948 – 1954, mengeluarkan pernyataan bahwa, “*beraliansi dengan Amerika Serikat merupakan kunci dasar bagi Jepang untuk melakukan rekonstruksi keadaan*

² Richard Gid Powers dan Hidetoshi Kato, ‘*Handbook of Japanese Popular Culture*’, Greenwood Press, Westport, 1989, p. xvii

ekonomi dan merupakan tonggak utama dalam melakukan politik luar negeri”³.

Kondisi ini mencerminkan Jepang memilih Amerika Serikat sebagai aliansinya. Jepang menganggap bahwa Amerika Serikat adalah aliansi untuk pemulihan perekonomian Jepang pada masa itu.

Ada beberapa kondisi yang membuat Jepang dapat fokus untuk memulihkan perekonomiannya. Pertama, Amerika Serikat dapat mengatur kekuatan militer di wilayah Jepang secara utuh. Kedua, adanya pembukaan konstitusi Jepang dan pasal 9 Konstitusi Jepang yang intinya mengenai larangan Jepang menggunakan hak untuk berperang⁴. Adanya dua kondisi tersebut membuat Jepang dapat memfokuskan diri untuk memperbaiki ekonominya.

Jepang kemudian mengalami ketidakpastian dalam melakukan kebijakan luar negerinya. Jepang seringkali merubah arah kebijakan luar negerinya. Hal ini dilakukan oleh pemerintah Jepang agar sesuai dengan perkembangan zaman di lingkungan internasional. Perubahan – perubahan tersebut dilakukan sesuai dengan kebutuhan dari Jepang yang menginginkan adanya pemulihan dan perbaikan ekonomi di Jepang.

Pada tahun 1950 –an hingga awal 1960 – an, Jepang fokus untuk merubah citra Jepang dari negara yang memiliki militer yang kuat, menjadi negara yang cinta

³ Cooney, J. Kevin. 2002. *Japan Foreign Maturation A quest for Normalcy*. New York: Routledge. Hal 5.

⁴ *Ibid* Hal 5 - 6

damai. Bukan hal yang mudah diterima tentunya bagi masyarakat internasional. Terlebih lagi Jepang merupakan negara yang memiliki militer yang kuat pada Perang Dunia II. Bukti nyata yang dilakukan oleh pemerintah Jepang adalah mereka bergabung dengan UNESCO pada tahun 1951⁵. Artinya bahwa, Jepang membangun identitas baru menjadi negara yang cinta damai dengan menonjolkan segi budayanya. Terlebih lagi dengan diadakannya Olimpiade Tokyo tahun 1964, menjadikan Jepang lebih leluasa untuk mencitrakan Jepang sebagai negara yang cinta damai.

Perekonomian Jepang kemudian membaik pada sekitar tahun 1970 – an. Akan tetapi, Jepang mendapatkan protes dari berbagai negara. Istilah *Anti – Japanese* kemudian muncul. *Anti – Japanese* muncul karena Jepang dianggap sebagai negara *economic animal* karena hanya mementingkan ekspor ke negara – negara berkembang khususnya Asia Tenggara dan tidak memperhatikan produksi dalam negeri mereka⁶. Thailand dan Indonesia adalah dua negara yang memprotes keras kebijakan dari Jepang tersebut⁷. Selain dari faktor *economic animal*, faktor dari usainya perang Vietnam menjadi salah satu faktor yang memicu *Anti Japanese*. Perang Vietnam yang usai tahun 1975, orientasi kebijakan luar negeri Jepang yang selalu mengikuti pola dari Amerika Serikat membuat adanya kekhawatiran yang

⁵ Oguraa, Kazuo. 2009. *Japan Cultural Diplomacy Past and Present*. Tokyo : Aoyama Gakuin University Joint Research Institute for International Peace and Culture. Hal 46

⁶ Sukmara, Rina & Yusy Widarahesty. 2011. Perkembangan diplomasi luar negeri jepang di asean pasca perang dunia II (Studi Tentang Sejarah Diplomasi Jepang Dari 1970 sampai 1997). Prosiding Penelitian Bidang Ilmu Sosial dan Humaniora. Muhammadiyah Prof.Dr Hamka hal 291

⁷ Iokibe, Makoto. 2011. *The Diplomatic History of Postwar Japan*. New York : Routledge. Hal 125

berujung kepada ketidak harmonisan negara – negara di Asia Tenggara dengan Jepang. Hingga kemudian muncullah *Fukuda Doctrine*. *Fukuda Doctrine* berisi mengenai Jepang tidak akan berambisi menjadi negara adidaya dan mempererat hubungan kerjasama dengan negara – negara tersebut melalui medium kebudayaan⁸.

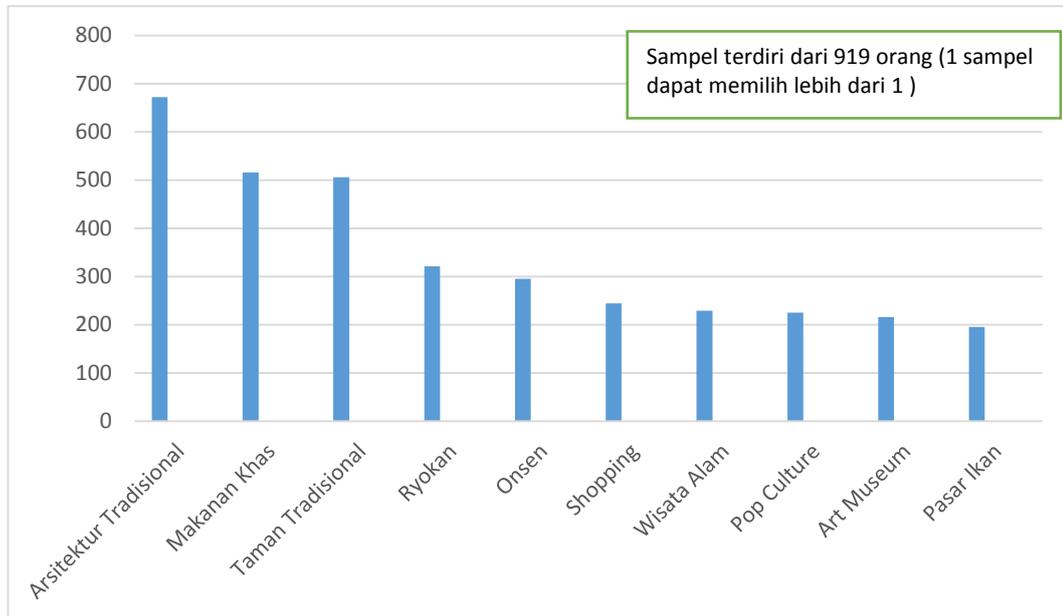
Jepang kemudian membangun fasilitas – fasilitas untuk memperkenalkan Jepang kepada masyarakat Asia Tenggara di awal tahun 1990 – an. Hal ini menjadi kebijakan baru untuk lebih memperkenalkan dan lebih menarik masyarakat di Asia Tenggara mengenai studi tentang Jepang. Pada periode ini, Jepang tidak hanya memperbaiki hubungan dengan negara – negara di Asia Tenggara, akan tetapi juga dengan China. Jepang membangun Ohira School untuk mempromosikan Jepang di China⁹.

Pada tahun 2000 – an, sektor pariwisata Jepang mengalami tren positif jika dibandingkan dengan pada tahun 1990 – an. Terhitung mulai dari tahun 1990 – an, hingga tahun 2000, Jepang hampir selalu mengalami kenaikan dalam tingkat kunjungan wisata ke Jepang. Tercatat hanya pada saat krisis moneter tahun 1998 Jepang mengalami penurunan tingkat kunjungan dari wisatawan asing. Berikut merupakan motivasi kunjungan wisatawan asing ke Jepang.

⁸ *Opcit*

⁹ *Ibid* Hal 45 - 46

Tabel 1.1 Motivasi Kunjungan Turis Asing Ke Jepang



Sumber: JNTO (*Japan National Tourism Organization*) dan TIC (*Tourism Information Center*)

Berdasarkan tabel diatas, alasan turis asing ke Jepang adalah mengunjungi arsitektur tradisional. Sekitar 627 wisatawan mengunjungi Jepang dengan alasan arsitektur tradisional. Berada di posisi ke – 2, sekitar 561 wisatawan asing mengunjungi Jepang adalah mencoba makanan Jepang. Pada urutan ke – 3, alasan wisatawan asing ke Jepang dikarenakan mengunjungi taman tradisional Jepang sekitar 506 wisatawan.

Melalui pidatonya, Junichiro Koizumi selaku Perdana Menteri Jepang menargetkan 10 juta turis dari seluruh dunia untuk mengunjungi Jepang, yang

dinamai *Visit Japan Campaign*¹⁰. Kampanye ini dilakukan dengan menggunakan produk – produk budaya pop Jepang seperti musik, *anime*, *manga*, dan lain – lain¹¹.

Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka penulis dapat menarik rumusan masalah sebagai berikut :

Mengapa pemerintah Jepang menggunakan budaya pop untuk mendukung pariwisata?

Kerangka Pemikiran

Konsep Diplomasi Budaya

Diplomasi Kebudayaan adalah usaha – usaha suatu negara dalam upaya memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, termasuk di dalamnya adalah pemanfaatan bidang – bidang ideologi, teknologi, politik, ekonomi, militer, sosial, kesenian, dan lain – lain dalam percaturan masyarakat internasional¹². Diplomasi memiliki tujuan mencari pengakuan, penyesuaian, bujukan, ancaman, hegemoni,

¹⁰ Mlit.go.jp/kankocho/en/inbond/jvc.html diakses tanggal 16/05/16

¹¹ Berdasarkan data JNTO (*Japan National Tourism Organization*) dapat diakses di www.tourism.jp/en/statistics/inbound/

¹² Warsito, Tulus dan Wahyuni Kartikasari. 2007. *Diplomasi Kebudayaan Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang*. Yogyakarta ; Ombak. Hal 31

atau subversi. Adapun hubungan antara situasi, bentuk, tujuan, dan sarana diplomasi kebudayaan, dapat dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel 1.2

Hubungan antara situasi, bentuk, tujuan dan sarana Diplomasi
Kebudayaan

Situasi	Bentuk	Tujuan	Sarana
Damai	-Eksebisi -Kompetisi -Pertukaran nilai -Negosiasi -Konferensi	-Pengkakuan -Penyesuaian -Persahabatan -Hegemoni	-Pariwisata -Olah raga -Pendidikan -Kesenian -Perdagangan
Krisis	-Propaganda -Pertukaran misi -Negosiasi	-Persuasi -Penyesuaian -Pengkakuan -Ancaman	-Politik -Media massa -Diplomatik -Misi tingkat tinggi -Opini publik
Konflik	-Teror -Pertukaran misi -Boikot -Negosiasi	-Ancaman -Subversi -Persuasi -Pengkakuan	-Opini publik -Perdagangan -Militer -Forum resmi -Pihak ketiga
Perang	-Kompetisi -Teror -Penetrasi -Propaganda -Embargo -Penetrasi -Boikot -Blokade	-Dominasi -Hegemoni -Ancaman -Subversi -Pengkakuan -Penaklukan	-Militer -Penyelundupan -Opini publik -Perdagangan -Supply barang konsumtif termasuk senjata

Sumber : Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari. *Diplomasi Kebudayaan*

Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang..

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa Budaya pop Jepang merupakan bentuk diplomasi yang disampaikan dengan cara yang damai. Budaya pop menjadi sarana strategis untuk menunjukkan citra diri suatu bangsa dan juga sebagai media pengenalan nilai budaya. Pada akhirnya, citra diri positif yang dimunculkan melalui Budaya pop ini akan mendukung tujuan nasional Jepang di

berbagai bidang, khususnya bidang pariwisata. Jepang melalui Budaya pop mencoba membentuk citra sebagai negara yang bersahabat dan kaya akan nilai budaya sehingga menarik minat masyarakat global untuk lebih mengenali kebudayaan Jepang.

Konsep Pencitraan

Konsep Pencitraan menurut Aleksius Jemadu (2008) adalah upaya suatu bangsa untuk mendefinisikan dirinya baik kepada rakyatnya sendiri ataupun dalam pergaulan internasional dengan mengedepankan keunggulan nilai – nilai budaya yang dimiliki dengan tujuan untuk menciptakan pengaruh internasional yang sangat diperlukan untuk pencapaian tujuan politik luar negeri dan diplomasi secara umum¹³.

Melalui medium Budaya Pop nya, Jepang memuat unsur – unsur yang lebih menarik. Misalnya, dalam setiap *manga* dan *anime* mereka, Jepang memasukkan unsur – unsur budaya asli Jepang di dalamnya. Sangat umum ditemui dalam medium *anime* dan *manga* mereka, gedung – gedung pencakar langit bersebrangan dengan kuil – kuil. Selain itu, mereka juga memuat kepercayaan mereka seperti berdoa di kuil. *Anime* dan *manga* seperti *Chibi Maruko – Chan*, *Doraemon*, *Crayon Shinchan*, dan *Detective Conan* memuat hal tersebut. *Anime* dan *manga* tersebut juga memuat mengenai pantangan – pantangan yang ada di Jepang seperti dilarang

¹³ Jemadu, Aleksius. 2008. 'Politik Global dalam Teori dan Praktik'. Yogyakarta; Graha Ilmu. Hal 120

menegakkan sumpit di mangkuk, dilarang menerima makanan dari sumpit ke sumpit, dan dilarang setelah makan lalu rebahan atau tiduran. *Anime* dan *manga* juga memperkenalkan olahraga khas seperti oleh raga *Dojo* di dalam *Anime* dan *manga One Piece*. *Anime* dan *manga* juga mempopulerkan kehidupan ninja yang dikombinasikan dengan kehidupan modern. *Naruto Shippuden* merupakan judul dari *anime* dan *manga* tersebut.

Selain *manga* dan *anime*, terdapat budaya pop lain yakni film – film Jepang yang memuat unsur – unsur promosi budaya Jepang. Misalnya saja *700 days of Battle Us vs The Police* yang menceritakan kehidupan di sebuah desa di Jepang dengan budaya mereka yang unik. Selain itu, terdapat juga film *The Ring* yang menceritakan tentang hantu khas Jepang yakni *Sadako*.

Hal berbeda jika melihat film – film atau buku komik asal negara – negara lain seperti Amerika Serikat. Amerika Serikat melalui film dan komiknya, tidak ada ke khasan yang seperti dilakukan oleh Jepang. Jepang dalam film dan komiknya, selalu memasukkan unsur – unsur budayanya. Selain itu juga memasukkan mengenai tokoh utama yang membantu tokoh yang memerlukan bantuan. Komik dan film Jepang hampir selalu memasukkan tokoh utama tidak mengintimidasi tokoh yang lemah. Misalnya saja dalam Adapun juga dalam *Doraemon*, tokoh Nobita selalu mendapatkan bantuan dari Doraemon. *One Piece* tokoh utama Monkey D. Luffy membantu Usop dan menjadikan Usop sebagai salah satu *crew* nya padahal Usop diceritakan sebagai tokoh yang lemah. Menurut penulis

manga Eiichiro oda, penulis *One Piece* (2007) tokoh Usop selalu digambarkan lemah agar penikmat selalu dekat dengan cerita tersebut¹⁴.

Adanya pembangunan citra positif terhadap masyarakat akan memunculkan kepercayaan dan juga ketertarikan masyarakat terhadap budaya dan pariwisata Jepang. Jika dikaitkan dengan konsep diplomasi budaya, melalui budaya populer Jepang berusaha membangun citra yang bersahabat dan mengedepannya nilai budayanya. Hal ini kemudian akan menimbulkan ketertarikan masyarakat internasional terhadap Jepang khususnya di bidang kebudayaan. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dilihat bahwa Jepang memiliki harapan besar dalam peningkatan berbagai sektor salah satunya sektor pariwisata.

Berkembangnya komunikasi internasional saat ini, membuat Jepang lebih mudah untuk menyebarkan budaya pop nya. Terlebih Jepang kini sudah mencitrakan diri sebagai negara yang cinta damai dengan lebih mengedepankan sisi budayanya. Hal tersebut juga didukung oleh promosi yang baik dari pemerintah dan swasta. Dalam komunikasi internasional, perspektif kulturalistik seperti yang digunakan oleh Jepang sangat perlu dilakukan guna memperbaiki atau meningkatkan sikap saling pengertian, hal ini ditunjukkan bagi pembinaan persahabatan internasional yang lebih rasional¹⁵. Jepang kemudian menggunakan perspektif bisnis komunikasi Internasional sebagai bentuk adanya sikap saling

¹⁴ Oda, Eiichiro. 2007. *One Piece 10th Treasures*. Tokyo; Shuiesha

¹⁵ Andrianti, Nita. 2015. *Komunikasi Internasional & Politik Media*. Yogyakarta; Pustaka Pelajar. Hal 33

pengertian dengan dunia internasional. Hal tersebut dapat berupa acara pameran (*international fair*), penawaran produk, pemasangan iklan di media negara lain, mengundang pengusaha dan wartawan / penulis / kolumnis dari negara lain untuk berkunjung¹⁶.

Sejak bergabungnya Jepang dengan UNESCO, Jepang berusaha membangun identitas baru sebagai negara yang mengedepankan budaya sebagai arah diplomasinya. Hal ini diwujudkan dengan adanya beberapa *event* yang lebih memperkenalkan budaya populer. Jepang berusaha memperkenalkan budaya populer ke Eropa melalui sarana *Japan Expo* yang dimulai tahun 1999 di Paris, Perancis¹⁷. Jepang juga melakukan promosi di dalam negerinya *event* yang bernama *Visit Japan Campaign* yang dimulai pada tahun 2003. Menggunakan *icon* budayanya, Jepang berhasil meningkatkan promosi pariwisatanya dan menunjukkan kepada dunia internasional bahwa dengan menggunakan budaya populernya, Jepang mencitrakan diri sebagai negara yang cinta damai dan lebih mengedepankan budayanya.

¹⁶ Rudi, T. May. Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional. Bandung; Refika Aditama. Hal 103

¹⁷ Japan-expo-paris.com/en/menu_info/history_475.htm diakses tanggal 30/05/2016

Hipotesa

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dijabarkan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

Pemerintah Jepang menggunakan Budaya Pop untuk promosi pariwisata karena melalui Budaya pop, citra Jepang sebagai negara militer perlahan berubah menjadi Jepang sebagai negara yang mengunggulkan nilai budayanya sehingga hal tersebut berimbas kepada adanya peningkatan sektor pariwisata.

Tujuan Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan kelak akan memberikan manfaat bagi pembaca umumnya dan penulis sendiri khususnya, diantaranya :

1. Mencoba mendeskripsikan fenomena kebudayaan populer Jepang dan perannya terhadap pariwisata Jepang.
2. Pengembangan pembelajaran studi Hubungan Internasional lewat analisa dan apresiasi budaya populer.
3. Jawaban atas rumusan masalah dan pembuktian atas hipotesa.
4. Penelitian ini di tujukan sebagai perwujudan teori – teori yang telah penulis terima selama bangku kuliah dan di luar kuliah. Terutama guna pemenuhan syarat meraih gelar Sarjana Strata Satu pada Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Jangkauan Penelitian

Sebuah penelitian haruslah memiliki batasan atau jangkauan. Hal ini dimaksudkan agar objek menjadi jelas dan spesifik, kajian dan wacana tidak melebar dari wacana yang telah ditetapkan. Sehingga, dengan adanya batasan penelitian maka tidak terdapat kerancuan dalam pengertian dan dalam wilayah persoalan. Batasan yang digunakan oleh peneliti adalah mengenai peran budaya pop Jepang dalam kaitannya terhadap promosi pariwisata Jepang.

Metode Penelitian

Metode dapat menentukan berhasil atau tidaknya sebuah penelitian. Keberadaan sebuah metode meruakan salah satu syarat diakuinya sebuah karya tulis menjadi ilmu pengetahuan, disamping syarat – syarat lain seperti objek, sudut pandang terhadap objek, metode serta hasil – hasil pandangnya merupakan sebuah kesatuan utuh dan bulat atau sistematis¹⁸.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang menggunakan interpretasi logis dengan mengumpulkan fakta-fakta yang ada. Dalam memperoleh data guna memahami serta menyelesaikan permasalahan yang

¹⁸ Winarno Surahman, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Tarsito, 1980, hal. 2

ada saat ini, penulisan melakukan pengumpulan data dari berbagai sumber. Beberapa sumber yang digunakan adalah berasal dari : buku – buku, website, surat kabar, dan artikel.

Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terbagi atas 5 bagian. Terdiri atas :

- **BAB I** : Pendahuluan
Terdiri atas alasan pemilihan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, landasan teori, hipotesa, tujuan penelitian, jangkauan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.
- **BAB II** : Sejarah dan Perkembangan Budaya Pop Jepang
Berisi tentang definisi Budaya Pop dan sejarah serta perkembangan budaya populer Jepang.
- **BAB III** : Selayang Pandang tentang *Anime* dan *Manga*
Berisi mengenai sekilas mengenai perkembangan *Anime* dan *Manga* di Jepang.
- **BAB IV** : Diplomasi Budaya dan Promosi Pariwisata Jepang
Berisi tentang diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh Jepang dan pengaruhnya terhadap perkembangan pariwisata di Jepang.

- BAB V : Kesimpulan

Berisi penarikan uraian yang telah disampaikan di atas.