

**PENERAPAN *COOL JAPAN STRATEGY* OLEH PEMERINTAH
JEPANG PADA INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA TAHUN 2012**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



Oleh :

MOCH. FARIZ FAHMI
1644010050

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
SURABAYA
2021**

HALAMAN PERNYATAAN

PENERAPAN *COOL JAPAN STRATEGY* OLEH PEMERINTAH JEPANG PADA INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA TAHUN 2012

Bagian dan/atau keseluruhan isi skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan atau ditulis oleh individu selain penulis, kecuali dituliskan dengan format kutipan dalam skripsi. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan plagiat maka saya akan menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Surabaya, 25 Juni 2021

Penulis,



Moch. Fariz Fahmi

LEMBAR PERSETUJUAN

PENERAPAN *COOL JAPAN STRATEGY* OLEH PEMERINTAH JEPANG PADA INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA TAHUN 2012

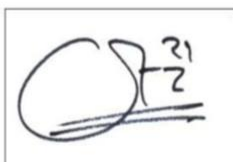
Di Susun Oleh :



Moch. Fariz Fahmi
NPM.1644010050

Menyetujui,

PEMBIMBING



Praja Firdaus, M.Hub.Int
NPT. 387021303551

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

PENERAPAN *COOL JAPAN STRATEGY* OLEH PEMERINTAH JEPANG PADA INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA TAHUN 2012


Oleh :

Moch. Fariz Fahmi

NPM.1644010050

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 25 Juni 2021

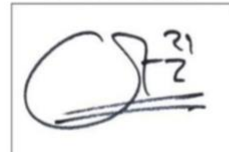
PEMBIMBING



Praja Firdaus, M.Hub.Int
NPT. 387021303551

TIM PENGUJI

1.



Praja Firdaus, M.Hub.int
NPT. 387021303551

2.



Renitha Dwi H., M.Hub.Int
NPT. 17219890801034

3.



Prihandono W., M.Hub.Int
NPT. 198702092018031002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi



Dra. Herlina Suksmawati, M.Si.
NIP. 196412251993092001

DEKAN



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

ABSTRAK

Pasca Perang Dunia Kedua, Jepang mengalami krisis pada perekonomiannya, serta Jepang di mata internasional memiliki citra yang buruk karena Jepang menjadi penyebab kekacauan dan melakukan penjajahan saat Perang Dunia Kedua. Tidak hanya itu, Jepang mengalami krisis ekonomi kembali yang terjadi pada tahun 1990-an dan Jepang mengalami bencana gempa bumi dan tsunami pada tahun 2011. Dalam penyelesaian permasalahan tersebut, Jepang memanfaatkan kultur populer yang dimilikinya sebagai upaya dalam perbaikan perekonomian dan citra Jepang di ranah internasional. Jepang memiliki kekayaan akan kultural yang melimpah sehingga menjadi keunggulan bagi Jepang dengan memanfaatkannya sebagai salah satu bentuk *soft power* yang dimiliki oleh Jepang. Sebagai salah satu bentuk *soft power*, kultur populer Jepang dikembangkan menjadi sebuah industri yaitu industri kreatif, dan kultur populer Jepang dikenal oleh masyarakat di luar negeri dengan istilah “*Cool Japan*”. Kemudian, kementerian-kementerian Jepang menjadikan *Cool Japan* sebagai bentuk upaya perbaikan di luar negeri dengan konten populer Jepang, dan sebagai upaya perbaikan ekonomi dengan melakukan ekspansi pasar di luar negeri termasuk Indonesia. Dalam penerapan *Cool Japan* di Indonesia, Jepang menggunakan diplomasi publik melalui tiga dimensi dalam diplomasi publik yaitu *news management*, *strategic communication*, dan *relationship buildings*.

Kata Kunci: *Cool Japan*, Industri Kreatif, Kultur Populer, Jepang, Indonesia.

ABSTRACT

Post-World War II, Japan experienced a crisis in its economy, and Japan in international perspective has a bad image because Japan became the cause of chaos and carried out colonization during the Second World War. Not only that, Japan experienced another economic crisis that occurred in the 1990s and Japan experienced an earthquake and tsunami disaster in 2011. In solving these problems, Japan took advantage of its popular culture as an effort to improve Japan's economy and image in the international community. Japan has abundant cultural wealth so that it becomes an advantage for Japan by utilizing it as a form of soft power possessed by Japan. As a form of soft power, Japanese popular culture is developed into an industry, namely the creative industry, and Japanese popular culture is known by people abroad as "Cool Japan". Then, Japanese ministries made Cool Japan as a form of improvement abroad with popular Japanese content, and as an effort to improve the economy by expanding markets abroad including Indonesia. In implementing Cool Japan in Indonesia, Japan uses public diplomacy through three dimensions of public diplomacy, namely news management, strategic communication, and relationship buildings.

Keywords: *Cool Japan, Creative Industry, Popular Culture, Japan, Indonesia.*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Untuk kedua orang tua saya.

Untuk kedua adik saya.

Untuk keluarga dan orang-orang terdekat saya.

Untuk orang tercinta saya.

Untuk diri saya sendiri.

HALAMAN INSPIRATIONAL

النَّصِيرُ وَنِعْمَ الْمَوْلَى نِعْمَ الْوَكِيلُ وَنِعْمَ اللَّهُ حَسْبِيَ

“think of each day as a single life”

- Seneca

“fail, learn, and grow. If your life just got harder, you just leveled up”

- @dj_amal_oeddin, 2021.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya Skripsi berjudul **“PENERAPAN COOL JAPAN STRATEGY OLEH PEMERINTAH JEPANG PADA INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA TAHUN 2012”** ini dapat disusun dan disidangkan sebagai prasyarat menyelesaikan jenjang pendidikan S1.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mengangkat topik terkait bagaimana upaya Pemerintah Jepang dalam menerapkan *Cool Japan Strategy* pada industri kreatif Jepang di Indonesia pada tahun 2012. Penulis berharap tulisan ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi akademisi yang tertarik dengan informasi kebijakan yang terkait dengan kultur populer yang dimiliki oleh Jepang.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya kepada penulis dalam keadaan apapun;
2. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik;
3. Dra. Herlina Suksmawati, MSi. selaku Koordinator Program Studi Hubungan Internasional;
4. Praja Firdaus, M.Hub.Int. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama proses penyusunan skripsi ini,
5. Serta seluruh dosen Program Studi Hubungan Internasional UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan inspirasi dan banyak ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama masa perkuliahan;
6. Keluarga tercinta terutama kedua orang tua penulis yang selalu memberi dukungan secara moral dan material bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi;
7. Aldyan Mahendra, Ayub Khan selaku saudara serta sahabat penulis yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini;
8. Aris Oktrias Siregar, Jimmy Pramudita, Muhammad Salim Alatas, serta Antaresta Pradipta (Mamayo) yang telah menemani serta menghibur penulis dalam suka duka masa perkuliahan hingga selesainya skripsi;
9. Febri Ghulam, Diana Irwanto, Chandra Levi, Nada karimah dan juga teman-teman program studi Hubungan Internasional angkatan 2016 yang tidak bisa sebutkan namanya masing-masing telah menemani proses awal perkuliahan penulis hingga selesainya skripsi ini.
10. Terutama bagi diri saya sendiri sebagai penulis yang mampu berkeinginan untuk menyelesaikan skripsi ini dan sanggup berjuang hingga sampai saat ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis demi kebaikan skripsi ini.

Surabaya, 25 Juni 2021



Moch. Fariz Fahmi

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN INSPIRATIONAL	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
1.5.1 Landasan Teoritik.....	9
1.5.1.1 <i>Soft power</i>	9
1.5.1.2 Diplomasi Publik.....	11
1.5.2 Sintesa Pemikiran	14
1.6 Argumen Utama.....	15
1.7 Metode Penelitian	16
1.7.1 Tipe Penelitian	16
1.7.2 Teknik Pengumpulan Data	16
1.7.3 Teknik Analisis Data.....	17
1.7.4 Jangkauan Penelitian Data.....	17
1.7.5 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II COOL JAPAN SEBAGAI SOFT POWER YANG DIMILIKI OLEH JEPANG MELALUI KULTUR POPULER	20
2.1 Sejarah <i>Cool Japan</i> sebagai <i>Soft Power</i>	20
2.1.1 Awal Mula dari <i>Cool Japan</i> sebagai Industri	25

2.2 Munculnya Kebijakan Terkait <i>Cool Japan</i>	27
2.3 Bentuk dari <i>Cool Japan</i>	31
2.4 Perkembangan Perekonomian Jepang.....	36
2.5 Mekanisme dari Kebijakan <i>Cool Japan</i> oleh Pemerintah Jepang	40
2.5.1 <i>Creating a Japan Boom</i>	43
2.5.2 <i>Making Profit Locally</i>	45
2.5.3 <i>Consuming in Japan</i>	46
BAB III PENERAPAN COOL JAPAN SEBAGAI STRATEGI JEPANG MELALUI INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA PADA TAHUN 2012	48
3.1 Perkembangan Kultur Populer Jepang di Indonesia	48
3.2 Penerapan <i>Cool Japan</i> dalam Industri Kreatif di Indonesia	55
3.2.1 <i>News Management</i>	56
3.2.2 <i>Strategic Communication</i>	58
3.2.3 <i>Relationship Building</i>	61
BAB IV PENUTUP	70
4.1 Kesimpulan	70
4.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sintesa Pemikiran.....	15
Gambar 2.1 Film Animasi <i>Spirited Away</i>	27
Gambar 2.2 Jumlah Wisatawan Asing ke Jepang.....	37
Gambar 2.3 Perkembangan GDP Jepang dari tahun 2005-2012.....	39
Gambar 2.4 Mekanisme Kebijakan <i>Cool Japan/Creative Industries</i>	42
Gambar 3.1 Film Animasi <i>Wanpaku Omukashi Kumkum</i>	52
Gambar 3.2 Festival <i>Ennichisai</i> Jepang di Indonesia 2012.....	60
Gambar 3.3 Pertukaran Pelajar Jepang-Indonesia Dalam Program <i>JENESYS</i>	62
Gambar 3.4 Festival <i>Jakarta – Japan Matsuri</i>	66
Gambar 3.5 Festival <i>Jakarta – Japan Matsuri 2012</i>	66
Gambar 4.1 Jumlah Wisatawan Negara-Negara Asia ke Jepang tahun 2007-2012.....	73
Gambar 4.2 Wisatawan Indonesia ke Jepang tahun 2007-2012.....	73