

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Jepang merupakan salah satu negara yang pada awalnya dikenal sebagai negara adidaya di bidang militer saat era Perang Dunia Kedua. Namun, Jepang mengalami kekalahan dan berdampak pada keadaan ekonomi serta politik luar negerinya. Dampak pada ekonominya, Jepang mengalami krisis akibat Perang Dunia Kedua. Serta pada keadaan politik luar negerinya, Jepang dikenal sebagai negara penyebab kerusuhan serta negara yang melakukan kolonialisasi saat era Perang Dunia Kedua. Dengan adanya hal tersebut, Jepang berupaya untuk memperbaiki perekonomiannya serta politik luar negerinya. Jepang menggunakan kultur populernya sebagai bentuk upaya perbaikan ekonomi dan *image* atau citra yang buruk selama Perang Dunia Kedua. Kultur populer yang dimiliki oleh Jepang dijadikan sebagai keunggulan Jepang melalui industri kreatif dengan melakukan ekspansi pasar diluar negeri termasuk Indonesia.

Kultur populer yang dimiliki oleh Jepang merupakan salah satu bentuk *soft power* yang dimiliki oleh Jepang dalam upaya memperbaiki *image* atau citra Jepang. Dalam hal ini, Jepang melalui kementerian-kementerian membuat kebijakan mengenai konten kultur populernya, yang dikenal dengan *Cool Japan*. *Cool Japan* merupakan bentuk upaya yang dilakukan oleh Jepang dengan mempromosikan kultur populer Jepang ke ranah internasional termasuk Indonesia yang tergolong dalam pasar Asia. Secara tidak langsung, ketika publik di luar negara Jepang termasuk Indonesia yang secara aktif menjadi konsumen dari produk kultur populer Jepang atau memiliki ketertarikan dengan kultur populer Jepang, maka saat itu juga Jepang telah dipromosikan.

Kultur populer Jepang memasuki Indonesia semenjak Jepang menjalin hubungan diplomastik dengan Indonesia. Hubungan antara Jepang dengan Indonesia semakin membaik meskipun sempat terjadinya kericuhan di Indonesia yang membuat hubungan antara Jepang dengan Indonesia tidak tentram. Namun hal tersebut tidak berlangsung lama, hubungan diantara keduanya kembali membaik. Dengan demikian, Jepang kembali mempromosikan konten kultur populernya di Indonesia dengan bantuan pihak swasta. Dalam hal ini Jepang menggunakan praktik diplomasi publik melalui kerangka kerjasama *Indonesia-Japan Join Economic Forum* yang membahas kerjasama di bidang Industri kreatif yang menciptakan peluang bagi Jepang untuk menerapkan *Cool Japan* di Indonesia.

Dalam upaya penerapan kultur populernya, Jepang menggunakan praktik diplomasi publiknya melalui tiga dimensi diplomasi publik menurut Leonard, yaitu yang pertama dengan *news management*. Pada diplomasi publik dimensi yang pertama, Jepang menggunakan peranan dari media massa yaitu *NHK World*, dengan tujuan mempromosikan kultur populer Jepang di Indonesia melalui program-program yang menyangkan konten kultur populer *Cool Japan* seperti drama, *anime* dan musik pop Jepang. Kemudian pada dimensi yang kedua dari diplomasi publik yaitu *strategic communication*, Jepang dalam dimensi ini menggunakan atau menyelenggarakan festival sebagai bentuk upaya dalam mempromosikan *Cool Japan* dengan memberikan informasi tentang keseluruhan dari kultur yang ada di Jepang serta kunjungan pariwisata yang ada di Jepang dan menjual produk yang terkait dengan konten industri kreatif *Cool Japan* pada festival yang diselenggarakan di Indonesia serta di dukung oleh beberapa pihak swasta yang telah difasilitasi oleh Kementerian-Kementerian Jepang seperti *Anime Festival Asia* dan Japan Foundation. Yang terakhir, pada dimensi ini Jepang menekankan untuk membangun hubungan atau *relationship buildings* dengan berinteraksi secara langsung atau *people to people* antara masyarakat Jepang dengan masyarakat Indonesia melalui beberapa program seperti

program *Japan-East Asia Network of Exchange for Students and Youths* (JENESYS) dan perayaan *Jakarta – Japan Matsuri*.

Berdasarkan penelitian ini dan pembahasan sebelumnya, dapat dinyatakan bahwa salah satu bentuk *soft power* dari Jepang yaitu *Cool Japan* sebagai kultur populer yang dimiliki oleh Jepang dan mempromosikannya di luar negeri termasuk Indonesia. Upaya penerapan *Cool Japan* di Indonesia dengan menggunakan praktik diplomasi publik, mengalami keberhasilan karena Jepang telah mendapatkan preferensi publik dari masyarakat Indonesia mengenai konten kultur populer Jepang pada industri kreatif dan masyarakat Indonesia tertarik akan konten populer Jepang. Hal tersebut dapat diketahui dengan antusias masyarakat Indonesia akan kultur populer Jepang pada program-program yang telah diberikan oleh Pemerintah Jepang kepada masyarakat Indonesia. Melalui hal tersebut, Pemerintah Jepang dapat memanfaatkan *Cool Japan* dengan industri kreatifnya dengan tujuan untuk meningkatkan *Gross Domestic Product* (GDP) Jepang pasca mengalaminya krisis ekonomi serta bencana gempa dan tsunami yang melanda di Jepang pada tahun 2011.

Upaya yang dilakukan oleh Jepang melalui program-program sebagai bentuk upaya mempromosikan kultur populer Jepang di Indonesia, yang secara tidak langsung meningkatkan wisatawan asing di Jepang. Peningkatan tersebut dapat dilihat dari kunjungan wisatawan Indonesia ke Jepang, wisatawan Indonesia berada di posisi ke-8 dari jumlah negara-negara Asia yang mengunjungi Jepang di tahun 2007 hingga 2012.

Pada akhirnya penerapan *Cool Japan* atau mempromosikan kultur populer Jepang di Indonesia melalui program-program yang diberikan oleh Pemerintah Jepang dapat dikatakan berhasil dalam mempengaruhi minat masyarakat Indonesia akan kultur populer

Jepang di tahun 2012, sehingga memberikan dampak yang signifikan pada pariwisata dan memicu pertumbuhan ekonomi di Jepang.

4.2 Saran

Penelitian ini adalah penelitian yang mencoba untuk menjelaskan suatu fenomena atau peristiwa yang terjadi. Dalam upaya menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan studi kepustakaan yaitu dengan mencari referensi terkait *Cool Japan* dan kultur populer Jepang serta bahan-bahan pembahasan yang menunjang proses penyelesaian penelitian ini yang terdapat di beberapa penelitian lainnya. Dalam penelitian yang dilakukan, banyak ditemukan fakta dan data yang sama dengan topik pembahasan yang berbeda. Hal tersebut dapat membuka peluang peneliti baru untuk meneliti fakta dan data yang sama namun pembahasan yang berbeda sehingga dapat membedakan penelitian ini dengan penelitian yang lainnya. Oleh sebab itu, saran bagi penelitian selanjutnya adalah data yang diperoleh sebaiknya diolah dengan baik, dipilih, dan disesuaikan dengan tujuan penelitian agar menjadi penelitian yang tepat dan benar.

Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat membantu penelitian selanjutnya yaitu peneliti dapat meneliti tema yang sama dengan pembahasan terkait penerapan *Cool Japan* pada industri kreatif di Indonesia. Kerjasama antara Jepang dengan Indonesia dalam kultur populer masih berjalan sampai sekarang. Dalam mengangkat tema yang berbeda namun ada keterkaitan mengenai penerapan *Cool Japan* di Indonesia, disarankan kepada penelitian lainnya untuk menggunakan data dan fakta pada penelitian ini untuk memudahkan proses penyelesaian penelitian.