

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Diplomasi merupakan salah satu komponen penting dalam dinamika hubungan antar negara untuk membangun jalinan yang lebih baik dalam mencapai kepentingan nasional masing-masing, bekerja sama, dan mendukung satu sama lain di tingkat global. Di era globalisasi, diplomasi tidak hanya terpusat pada bidang politik, tetapi juga ekonomi, sosial, dan budaya. Dengan seiringnya perkembangan globalisasi, praktik diplomasi tidak lagi dilakukan oleh pemerintah ke pemerintah, tetapi juga melalui diplomasi publik yang menargetkan masyarakat negara lain. Menurut Joseph Nye (2008), diplomasi publik dilakukan oleh pemerintah dengan menggunakan sumber daya tariknya untuk berkomunikasi dan menarik perhatian warga negara asing. Dalam praktiknya, diplomasi publik dapat menggunakan instrumen kebudayaan dan dilakukan oleh negara, organisasi negara, atau pemerintah daerah untuk mencapai kepentingan nasional, serta digunakan untuk mengetahui bagaimana respon dari warga negara asing terkait negara mereka.

Jepang merupakan salah satu negara yang memanfaatkan diplomasi publik dengan tujuan untuk memberikan pengertian lebih dalam dan apresiasi terhadap Jepang di tingkat internasional. Sejak berakhirnya Perang Dunia II, diplomasi publik Jepang dalam 75 tahun terakhir banyak berfokus pada membangun citra dan menciptakan lingkungan internasional yang positif untuk kebijakan luar negerinya. Jepang sudah terkenal akan kekuatan *soft power*nya, dengan budaya populer seperti *anime* dan manga, sehingga mereka terus meluncurkan inisiatif yang memanfaatkan

kekuatan ini. Dalam melaksanakan kegiatan publik diplomasinya, Jepang memiliki banyak aktor diplomasi yang terlibat, seperti *Japan Foundation* (JF), *Japan House* (JH), *Nippon Hoso Kyokai* (NHK), dan *Japan Exchange and Teaching Program* (JET) (Hoover, 2024). JF dan JH merupakan aktor yang sering berhubungan langsung dengan kegiatan diplomasi publik. Meskipun baru bergabung sebagai perangkat diplomasi publik *Ministry of Foreign Affairs of Japan* (MOFA Japan), JH dapat memberikan perspektif baru yang menarik terkait bagaimana MOFA Japan menaruh masa depan diplomasi publiknya.

JH dibangun pada pemerintahan kedua mantan Perdana Menteri Jepang, Shinzo Abe, yang mendapatkan alokasi dana sebesar 50 miliar yen (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2016). JH merupakan suatu proyek yang memiliki tujuan untuk memberikan pengertian lebih dalam dan apresiasi terhadap Jepang di dunia internasional, dengan membangun beberapa pusat yang berfungsi untuk menampilkan dan mempromosikan Jepang sebagai negara penuh pesona yang mampu memperkaya dunia. Lebih lengkapnya, tujuan dari dibentuknya JH dijelaskan di *Diplomatic Bluebook* 2015.

“In order to attract the broadest possible public to Japan including people who may or may not be interested in Japan alike, the following actions are important: (1) offering information on the diverse attractiveness of Japan through all-Japan efforts of the government, private companies and local governments; (2) promoting outreach that reflects needs of the local community with participation of experts from both inside and outside of Japan: and (3) providing "one-stop-service" where all information related to Japan can be obtained. With this in mind, communication hubs are to be established in London, Sao Paulo and Los Angeles to implement aforementioned actions.” (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2015).

Pusat-pusat ini, yang berlokasi di kota-kota besar, dibentuk untuk berfungsi sebagai sebuah wadah bagi orang-orang yang memiliki semangat dan memiliki talenta, yang terinspirasi untuk menggunakan JH untuk menyampaikan, mengekspresikan, dan mengungkapkan pengalaman, serta pandangan mereka tentang Jepang (Japan House, 2025).

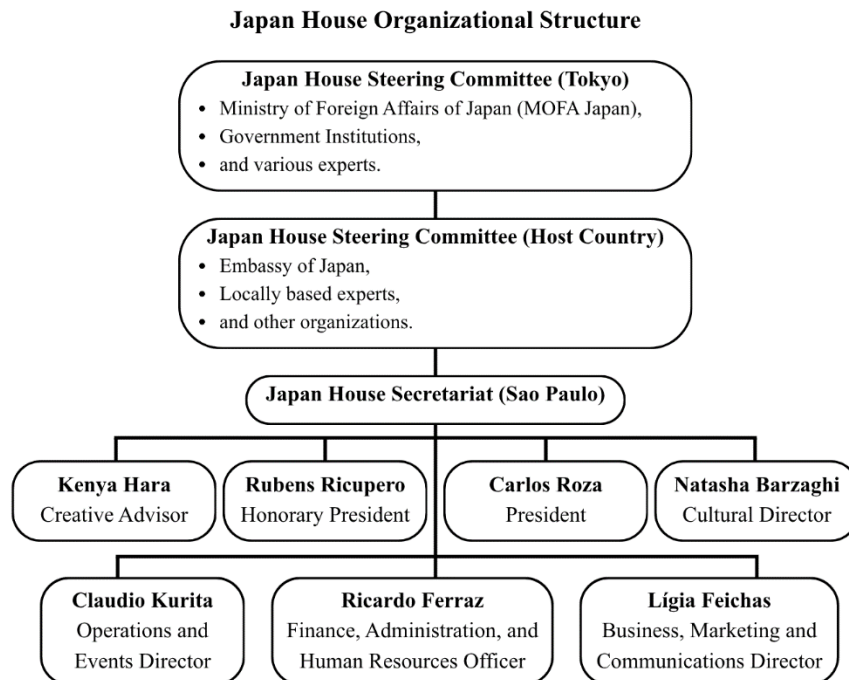


Gambar 1. 1 Peta persebaran *Japan House*
Sumber: *Japan House Activity Report* (2019)

JH beroperasi di tiga kota besar, yaitu London (Inggris Raya), Los Angeles (Amerika Serikat), dan Sao Paulo (Brasil). JH dibangun di kota-kota besar dengan tujuan untuk menarik perhatian masyarakat luas, termasuk orang-orang yang dulunya tidak tertarik atau memiliki minat terhadap Jepang, dan untuk memperluas jangkauan masyarakat yang tertarik dan mengenal Jepang dengan baik melalui penyampaian daya tarik Jepang yang kaya dan beragam, serta inisiatif dan kebijakannya (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2020). Setiap pusat dilengkapi dengan ruang *exhibitions*, ruang serbaguna yang dilengkapi fasilitas teater, area *retail*, tempat makan dan minum, toko buku, akses internet, serta area kafe. JH menggabungkan berbagai fungsi tersebut, beserta kegiatan-kegiatan yang dilakukan, untuk mengangkat beragam tema secara mendalam dan substansi: *the*

future of tradition, the passion of popular culture, the power of advanced technology, dan the diverse appeal of Japanese food.

Terdapat beberapa fitur yang ditawarkan oleh JH, antara lain; (a) akses *one stop service*, yang merupakan akses informasi mengenai Jepang; (b) tempat-tempat komersil seperti restoran, kafe, toko, dan lain sebagainya dengan memberikan informasi dengan menerapkan nuansa dan suasana Jepang; (c) memberikan informasi kepada penduduk lokal dengan memanfaatkan para ahli (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2025). JH juga menawarkan beragam kegiatan yang dapat dilakukan, yaitu; 1) *exhibitions*; 2) *talk sessions workshops, performances, and theater*; 3) *shop*; 4) *food and drink*; 5) *books, website and café*; dan 6) *networking* (Japan House, 2025).



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi *Japan House*
Sumber: Consulate-general of Japan in Los Angeles (2015) & Japan House Sao Paulo (2025)

Dalam mendukung operasional dan pengelolaan fasilitas yang ditawarkan, *Japan House* juga didukung dengan struktur organisasi yang terintegrasi antara tingkat pusat dan lokal. Pada tingkatan global, *Japan House Steering Committee* di Tokyo dipimpin oleh MOFA *Japan* bersama berbagai institusi pemerintah dan para ahli, memiliki peran dalam pengambilan arah kebijakan umum. Kebijakan yang dibuat kemudian akan diadaptasi pada tingkat lokal melalui *Japan House Steering Committee* di negara tuan rumah yang melibatkan Kedutaan Besar Jepang, para ahli lokal, serta organisasi mitra, untuk memproses penyesuaian kebijakan dengan mempertimbangkan konteks sosial dan budaya setempat sebelum diimplementasikan. Pada tingkatan operasional, program-program yang dilaksanakan di *Japan House* nantinya akan dijalankan oleh *Japan House Secretariat* negara tuan rumah. Struktur di JH Sao Paulo dipimpin oleh *President*, *Cultural Director*, serta didukung oleh *Creative Advisor*, *Honorary President*, *Operations and Events Director*, *Finance, Administration, and Human Resources Officer*, dan *Business, Marketing and Communication Director*.

Dari ketiga kota besar di mana JH dibangun, Sao Paulo memiliki latar belakang menarik karena eratnya hubungan historis yang kuat antara Jepang dan Brasil. Hubungan antara Jepang dengan Brasil sendiri sudah terjalin sejak tahun 1895 melalui *Treaty of Friendship, Commerce and Navigation* yang ditandatangani di Paris, yang di mana menjadi pembuka bagi kedua negara untuk memiliki perwakilan diplomatik pada tahun 1897 dan terjadinya gelombang migrasi pertama Jepang pada tahun 1908 (Almeida, 2010). Sejak saat itu, migrasi Jepang ke Brasil, terutama Sao Paulo, semakin berkembang dan menghasilkan komunitas diaspora

Jepang (*Nikkei*) terbesar di dunia. Sebagian besar dari mereka tinggal di Brasil selama tiga atau lebih generasi dan memegang kewarganegaraan Brasil.

Tabel 1. 1 Estimasi Jumlah Keturunan Jepang di Luar Negeri 2023

No.	Negara	Jumlah Keturunan Jepang
1.	Brasil	2.700.000
2.	Amerika Serikat	1.500.000
3.	Peru	200.000
4.	Kanada	120.000
5.	Australia	100.000
6.	Meksiko	79.000
7.	Argentina	65.000
8.	Britania Raya	29.000
9.	Jerman	25.000
10.	Prancis	25.000

Sumber: Website *Ministry of Foreign Affairs of Japan* 2023

Catatan: Ditulis ulang oleh penulis

Hingga saat ini, jumlah masyarakat Jepang yang menetap di Brasil terus meningkat. Per tahun 2023, sebanyak 2,7 juta masyarakat keturunan Jepang (*Nikkei*) (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2024) dan 46.902 warga negara Jepang menetap di Brasil (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2023). Banyaknya keberadaan *Nikkei* di Sao Paulo menjadikan kota tersebut sebagai lokasi strategis bagi Jepang dalam menjalankan dan memperkuat diplomasi publiknya. Keberadaan *Nikkei* di Sao Paulo secara tidak langsung menciptakan kedekatan budaya dan sosial, yang dapat mempermudah Jepang untuk memperkenalkan budaya, nilai, serta kebijakan luar negeri mereka kepada masyarakat Brasil, dan memperkuat hubungan antara Jepang dengan komunitas *Nikkei* di Brasil. Kegiatan yang dilakukan oleh JH Sao Paulo tidak hanya berfokus pada budaya populer yang sudah

dikenal secara global, tetapi juga banyak menampilkan kebudayaan Jepang lainnya dalam bentuk desain, arsitektur, pameran seni, teknologi, kuliner, dan berbagai diskusi serta *workshop* budaya. Hal ini bertujuan untuk membuat masyarakat luas memahami betapa minimnya pengetahuan yang mereka ketahui tentang Jepang dan membuka wawasan mereka tentang Jepang (Japan House, 2025).

Pada penelitian ini, penulis menggunakan beberapa penelitian sebagai bahan masukan dan dasar temuan penelitian yang akan dibahas. Skripsi yang berjudul "Proses Diplomasi Publik Jepang Melalui *Japan House* Sao Paulo (JHSP) di Brazil Tahun 2017-2019" (Napitupulu, 2020) menjelaskan terkait bagaimana proses diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang melalui *Japan House* Sao Paulo dan dianalisis menggunakan tiga dimensi diplomasi publik milik Mark Leonard, yaitu *News Management*, *Strategic Communications*, dan *Relationship Building*. Dari ketiga dimensi tersebut, pemerintah Jepang hanya melaksanakan dua dimensi, yaitu *strategic communications*, yang di mana Jepang menggunakan daya tarik mereka yang beragam dan tradisi masyarakat Jepang, serta ada *newsletter* untuk mempermudah khalayak umum mengetahui kegiatan yang telah dilakukan oleh JH Sao Paulo. Lalu dimensi *relationship building* dilakukan melalui kegiatan-kegiatan yang dapat menjaga hubungan antara Jepang dengan Brasil agar bertahan dan lebih baik, seperti seminar, *workshop*, sesi diskusi, kuliah tamu, *reading club*, hingga festival.

Penelitian selanjutnya adalah skripsi yang berjudul "Inovasi Strategi Diplomasi Publik Jepang Melalui *Japan House* London (JHL) Tahun 2018-2020" (Fahirah, 2021). Penelitian ini menjelaskan hal yang melatarbelakangi dibentuknya

Japan House London sebagai strategi diplomasi publik Jepang dan strategi apa saja yang dilakukan oleh pemerintah Jepang melalui *Japan House* London sebagai inovasi diplomasi publik, yang dianalisis menggunakan *soft power* milik Joseph Nye dan diplomasi publik milik Mark Leonard. Hasil penelitian menyebutkan alasan yang melatar belakangi terbentuknya *Japan House* London adalah daya tarik yang dihasilkan dari *soft power* milik Jepang menumbuhkan minat yang tinggi dan kerja sama antar kedua negara. Kemudian, pada hasil penelitian terkait strategi diplomasi publik Jepang melalui *Japan House* London, dari ketiga dimensi diplomasi milik Mark Leonard, hanya dua dimensi yang paling menonjol digunakan oleh *Japan House* London; *Strategic Communication* melalui pelaksanaan panel diskusi dan *Relationship Building* dengan memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang mereka punya.

Penelitian yang terakhir adalah skripsi dengan judul “*Japan House* London Sebagai Instrumen Diplomasi Publik Jepang: Strategi Adaptasi dari Masa Pandemi Covid-19 Hingga Era Pemulihan (2020-2024)” (Sudarman, 2025). Penelitian ini menjelaskan terkait strategi diplomasi publik oleh Jepang melalui *Japan House* London dalam mempromosikan program atau kegiatan mereka, untuk menarik pengunjung selama masa pandemi sampai pasca pandemi di tahun 2020-2024. Dengan menggunakan teori diplomasi publik milik Mark Leonard, penelitian ini menggunakan 3 dimensi yang ada pada teori tersebut. Berbeda dari penelitian sebelumnya, dari ketiga dimensi, hasil dari penelitian mengungkapkan bahwa dimensi *News Management* dan *Strategic Communication* dikategorikan sebagai bagian yang tidak terimplementasikan dalam strategi diplomasi publik oleh Jepang.

Sedangkan dalam dimensi *Relationship Building*, terdapat 22 program yang dilaksanakan dan sangat efektif dalam mendukung strategi diplomasi publik Jepang di London.

Berdasarkan ketiga penelitian di atas, terdapat kesenjangan yang penulis temukan, yaitu belum adanya penelitian yang menganalisis bagaimana upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang melalui JH Sao Paulo di Brasil pada kurun waktu 2017-2025 dengan menggunakan teori diplomasi publik milik Andreas Pacher. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada bagaimana keterlibatan pemerintah Jepang dan aktor non-negara, seperti seniman, dalam mewujudkan upaya diplomasi publik melalui kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di JH Sao Paulo, serta apa saja upaya yang dilakukan agar mereka dapat menjangkau masyarakat lebih luas.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam mempermudah penelitian untuk menyusun pembahasan, sesuai dengan identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penulis dapat mengemukakan rumusan masalah yaitu “Bagaimana upaya diplomasi publik Jepang melalui JH Sao Paulo di Brasil tahun 2017-2025?”

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Secara Umum

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk memenuhi mata kuliah skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan Pendidikan S1 pada Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

1.3.2 Secara Khusus

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, maka tujuan khusus dalam penelitian ini yang berjudul analisis upaya diplomasi publik Jepang JH Paulo di Brasil adalah untuk memahami, menganalisis, dan memberikan sudut pandang baru terkait upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh pemerintah Jepang melalui JH yang berada di Sao Paulo, Brasil.

1.4 Kerangka Pemikiran

1.4.1 Diplomasi Publik

Diplomasi publik menurut Jan Mellisen (2006) menjelaskan terkait diplomasi publik sebagai usaha mempengaruhi orang di luar negara dengan cara mengubah pandangan orang tersebut terhadap negaranya. Dan seiring berjalannya waktu, penggunaan budaya populer sebagai alat diplomasi publik banyak digunakan oleh negara lain untuk mencapai kepentingan nasionalnya, seperti Jepang. Diplomasi publik sendiri merupakan tindakan tidak sengaja atau direncanakan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mempengaruhi masyarakat luar negeri, yang kemudian berkembang dan dilakukan oleh aktor-aktor selain pemerintah, seperti perusahaan multinasional, *non-governmental organization* (NGO), organisasi internasional, organisasi terorisme, dan lain sebagainya yang turut berperan aktif dalam pelaksanaan diplomasi publik (Leonard, 2022). Berbeda dari diplomasi tradisional yang cenderung dilakukan melalui saluran resmi dan negosiasi antar pemerintah, diplomasi publik berfokus pada membangun hubungan langsung dengan masyarakat di negara lain.

Diplomasi publik merupakan upaya untuk menganalisis pemahaman strategis dengan melibatkan identifikasi audiens yang relevan dan pengembangan strategi komunikasi yang sesuai untuk mencapai tujuan diplomasi publik yang diinginkan (Pacher, 2018). Andreas Pacher membagi proses diplomasi publik ke dalam tiga indikator diplomasi yaitu, *governments*, *immediate strategic publics*, dan *mass publics*.

1.4.1.1 Governments

Pada level *governments* atau pemerintah, level ini merujuk pada interaksi antar-aktor negara atau pemerintah resmi. Berkaitan dengan itu, pelaksanaan diplomasi publik perlu diinisiasi oleh pihak pemerintah, seperti pejabat atau diplomat yang berkomunikasi dengan perwakilan pemerintah asing lain mengenai tujuan dari diplomasi publik. Berbagai negara juga dapat menjalin kolaborasi dan merumuskan suatu kebijakan yang relevan, terutama bagi negara yang menjadi target utama dalam diplomasi publik (Pacher, 2018).

1.4.1.2 Immediate Strategic Publics

Level *immediate strategic publics* menjelaskan terkait kelompok atau individu yang secara sengaja dan strategis dijadikan sebagai aktor non-negara sebagai bagian dari kegiatan diplomasi publik. Aktor non negara ini seperti seniman, akademisi, dan organisasi budaya yang merupakan pihak publik strategis yang memiliki kapasitas untuk dapat membantu negara menyebarkan citra positifnya kepada publik global. Melalui tingkatan ini, Pacher menegaskan bahwa diplomasi publik tidak terbatas pada komunikasi antara pihak pemerintah suatu

negara, tetapi juga melibatkan pihak non negara yang dapat membangun persepsi atau citra suatu bangsa (Pacher, 2018).

1.4.1.3 *Mass Publics*

Level terakhir *mass publics* merujuk pada aktivitas yang dilakukan suatu negara untuk menunjukkan eksistensi mereka dan melibatkan banyak masyarakat umum. Dalam hal ini, *mass publics* menjadi sarana negara untuk menarik perhatian masyarakat luas, dari dalam maupun luar negeri, melalui kegiatan atau program yang mereka lakukan. Kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk membangun citra negara melalui pengalaman yang didapatkan oleh masyarakat (Pacher, 2018).

1.4.2 *Cultural Center* dalam Diplomasi Publik

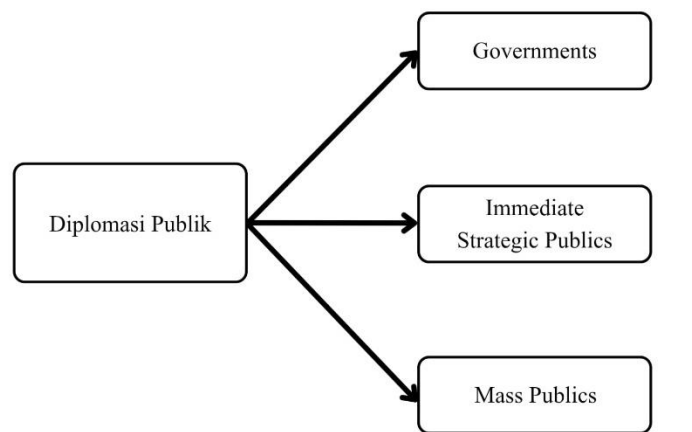
Salah satu strategi negara untuk membangun citra dan menjalin hubungan dengan publik internasional melalui pengalaman langsung dan komunikasi simbolik adalah penggunaan *cultural center* atau institusi budaya dalam diplomasi publik. Bangunan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai ruang, tetapi juga memiliki fungsi sebagai representasi identitas nasional melalui program budaya, desain arsitektur, dan interaksi yang terjadi di dalamnya, sehingga dapat menyampaikan nilai, modernitas, dan karakter negara secara non-verbal. Melalui penelitiannya yang berjudul “The ritual creation of political symbols: International exchanges in public diplomacy” (2018), Pacher menekankan bahwa diplomasi publik bekerja melalui pengalaman yang bersifat “ritual” dan menghasilkan makna simbolik terhadap suatu negara.

"International exchanges should be understood as a chain of *rituals*, that is, as a bodily assemblage of humans whose copresence leads to situations of focused interactions with an almost constant, shared

awareness towards the host country (which forms a *symbol*). The depth of experience (which can vary in intensity and frequency) prompts an emotional energy of solidarity (which can be weaker or stronger) whose effects will be projected onto the symbol (i.e. the host country).” (Pacher, 2018).

Cultural center dapat dipahami sebagai ruang di mana pengalaman yang dirasakan oleh masyarakat tersebut berlangsung, yang di mana akan memungkinkan terbentuknya persepsi, keterikatan emosional, dan citra negara di benak pengunjung sebagai bagian dari proses diplomasi publik.

1.5 Sintesa Pemikiran



Gambar 1.2 Sintesa Pemikiran
Sumber: Andreas Pacher (2018)

Sintesa pemikiran diatas merupakan kerangka pemikiran yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian ini. Bagan sintesa di atas menggambarkan bahwa dalam melakukan kegiatan diplomasi publik, terdapat tiga level yang harus dilakukan. Level pertama yaitu *governments*, yang di mana merujuk pada interaksi antara aktor negara atau pemerintah resmi, dapat berupa kunjungan kenegaraan atau pernyataan resmi, sehingga interaksi yang dilakukan dapat berfungsi sebagai sinyal publik. Lalu *immediate strategic publics* merupakan kelompok atau individu yang mencakup elite non-negara, seperti akademisi, seniman, jurnalis, komunitas

budaya, atau aktor masyarakat sipil, yang dianggap memiliki kemampuan untuk mempengaruhi opini atau menjadi perantara narasi negara. Mereka diharapkan dapat membangun hubungan jangka menengah atau panjang dan memperluas dampak diplomasi melalui jaringan yang mereka miliki. Yang terakhir level *mass publics* diartikan sebagai penerima pesan diplomasi publik melalui media massa dan media digital, tanpa adanya keterlibatan langsung dengan aktivitas diplomasi tersebut.

1.6 Argumentasi Utama

Berdasarkan pemaparan latar belakang, rumusan masalah, dan kerangka pemikiran di atas, dapat diambil argumen bahwa Jepang melakukan kegiatan diplomasi publik melalui JH Sao Paulo dengan menggunakan tiga level, yaitu *governments*, *immediate strategic publics*, dan *mass publics*. Diplomasi publik melalui *governments* dapat dilihat melalui pertemuan dan jalinan kerja sama antara kedua pihak melalui “*Strategic and Global Partnership Action Plan Japan-Brazil*”. Kunjungan kenegaraan oleh Perdana Menteri atau Menteri Luar Negeri Jepang ke Brasil, terutama Sao Paulo, juga dilakukan untuk mempererat hubungan antar kedua negara.

Untuk level *immediate strategic publics*, JH Sao Paulo melibatkan seniman-seniman Jepang serta seniman dari luar, untuk berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di JH Sao Paulo, seperti *exhibitions*, *talk sessions*, *workshops*, *performances*, *theater*. Mereka juga menjalin kerja sama sponsor, untuk pelaksanaan kegiatan mereka, dengan beberapa perusahaan-perusahaan swasta milik Jepang dan Brasil. Pada level terakhir, *mass publics*, JH Sao Paulo

menggunakan *web site* dan media sosial resmi mereka, yaitu *YouTube* dan *Instagram* (@japanhousesp), serta melakukan kolaborasi dengan *influencer* untuk menjangkau masyarakat Brasil dan masyarakat luar agar bisa berpartisipasi di kegiatan mereka, baik secara virtual dan langsung.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang mendeskripsikan suatu fenomena atau kejadian yang sedang terjadi, dengan kata lain penelitian deskriptif digunakan dengan memusatkan perhatian terhadap suatu masalah sesuai dengan keadaan pada saat penelitian dilakukan. Menurut Nazir (2005), tipe penelitian deskriptif menganalisis tentang sekelompok manusia, objek, fenomena, pemikiran, atau kondisi yang sedang terjadi. Tipe penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan gambaran terhadap fakta-fakta dan hubungan antar fenomena yang sedang diteliti secara sistematis, faktual, aktual dan akurat. Peneliti menggunakan tipe penelitian ini untuk mendeskripsikan upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang melalui JH Sao Paulo.

1.7.2 Jangkauan Waktu Penelitian

Jangkauan waktu penelitian ini berfokus pada upaya diplomasi publik Jepang melalui JH Sao Paulo di Brasil pada tahun 2017-2025. Jangkauan waktu ini dipilih karena tahun 2017 menandai sebagai fase awal penguatan kebijakan diplomasi publik Jepang melalui pendirian JH di beberapa kota strategis, termasuk Sao Paulo, sebagai upaya Jepang untuk memperluas soft power dan membangun

citra nasional di luar negeri. Periode ini juga mencerminkan bagaimana JH Sao Paulo menjadi instrumen diplomasi publik yang strategis dan melibatkan kerja sama dengan pemerintah, komunitas budaya, seniman, serta publik lokal Brasil. Batas akhir tahun 2025 dipilih untuk mengumpulkan data paling terbaru dalam strategi, program, dan respon dari publik terhadap JH Sao Paulo, termasuk adaptasi terhadap dinamika global seperti digitalisasi dan tantangan pasca pandemi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bagaimana kapasitas upaya diplomasi publik Jepang di Brasil yang adaptif sesuai dengan dinamika global dan melalui level *governments*, *immediate strategic publics*, dan *mass publics*.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan penting yang dilakukan dalam sebuah penelitian karena data yang ditemukan dan dikumpulkan nantinya akan digunakan untuk mendalami hipotesis yang telah dibuat sebelumnya. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui studi pustaka atau literatur berupa buku, jurnal akademis, dokumen, dan artikel berita yang berkaitan dengan topik yang dibahas. Penelitian ini juga menggunakan postingan media sosial JH Sao Paulo untuk menganalisis kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh mereka untuk menyebarkan kebudayaan Jepang.

1.7.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk menjawab pertanyaan tentang “apa”, “bagaimana”, atau “mengapa” pada suatu fenomena yang terjadi (McCusker & Gunaydin, 2014). Metode kualitatif mencurahkan lebih banyak upaya

untuk menyelidiki masalah, yang dimana permasalahan inilah yang menjadi dasar yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik analisis data merupakan teknik yang cukup fleksibel untuk digunakan karena teknik ini menggunakan suatu hal yang tidak dibuat untuk penelitian sebagai data (Drisko & Maschi, 2016).

1.7.5 Sistematika Penelitian

Untuk lebih mempermudah memahami hasil pada penelitian ini, maka penulis membagi penyusunan penelitian secara teratur menjadi 4 bab sebagai berikut:

Bab I Berisi pendahuluan yang mencakup unsur-unsur seperti latar belakang masalah, tinjauan literatur, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, kerangka pemikiran, dasar konseptual, sintesis pemikiran, argumen utama, metodologi yang digunakan, jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, cara pengumpulan data, metode analisis data, serta sistematika penulisan.

Bab II Memuat penjelasan terkait upaya diplomasi publik Jepang melalui JH Sao Paulo di Brasil Tahun 2017-2025 pada tingkatan *Government*.

Bab III Memuat penjelasan terkait upaya diplomasi publik Jepang melalui JH Sao Paulo di Brasil Tahun 2017-2025 pada tingkatan *Immediate Strategic Publics* dan *Mass Publics*.

Bab IV Merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan beserta saran untuk penelitian selanjutnya agar penelitian ini dapat memberikan manfaat dan berfungsi sebagai sumber pengetahuan bagi pembaca.