

**UPAYA JEPANG-INDONESIA UNTUK MEMPERKUAT HUBUNGAN
BILATERAL MELALUI ANIME FESTIVAL ASIA**



Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Hubungan Internasional

Oleh:

Nafa Nabila Mufin

4519023015

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

2022-2023

HALAMAN PENGESAHAN

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Bosowa, tersebut namanya di bawah ini :

Judul : Upaya Jepang-Indonesia Untuk Memperkuat Hubungan Bilateral Melalui Anime Festival Asia

Nama Mahasiswa : Nafa Nabila Mufin

Nomor Stambuk : 4519023015

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Telah diperiksa dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (SI) pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Bosowa Makassar.

Makassar, 28 Agustus 2023

Menyetujui ;

Pembimbing I

Pembimbing II


Arief Wicaksono, S.Ip.,M.A
NIDN.0927117602

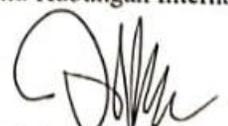

Beche BT. Mamma, S.IP.,M.A
NIDN. 0903044801

Mengetahui,

Dekan FISIP
Universitas Bosowa Makassar


Dr. Burchanuddin, S.Sos.,M.Si
NIDN. 0905107005

Ketua Jurusan
Ilmu Hubungan Internasional


Muh. Asy'ari, S.Ip.,M.A.
NIDN. 0908038806

HALAMAN PENERIMAAN

Pada hari Jumat Tanggal Sepuluh Bulan Februari Tahun Dua Ribu Dua Puluh Tiga Dengan Judul Skripsi **Upaya Jepang-Indonesia Untuk Memperkuat Hubungan Bilateral Melalui Anime Festival Asia.**

Nama : **Nafa Nabila Mufin**
Nomor Stambuk : 4519023015
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bosowa Makassar Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Makassar, 10 Februari 2023

Pengawas Umum:


Dr. A. Burchanuddin, S.Sos., M.Si

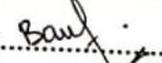
Panitia Ujian :


Zulkhair Burhan, S.IP.,M.A
Ketua


Arief Wicaksono, S.IP.,M.A
Sekretaris

Tim Penguji :

1. Arief Wicaksono, S.IP.,M.A
2. Beche BT. Mamma, S.IP.,M.A
3. Zulkhair Burhan, S.IP.,M.A
4. Ayu Kartika J. T, S.IP.,M.A


.....

.....

.....

.....

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nafa Nabila Mufin

Nomor Stambuk : 4519023015

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Hubungan Internasional

Judul : Upaya Jepang-Indonesia Untuk Memperkuat Hubungan Bilateral Melalui Anime Festival Asia

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya adalah karya ilmiah asli saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa dapat paksaan sama sekali dari pihak lain.

Makassar, 12 Oktober 2023

Peny



Nafa Nabila Mufin

NIM. 4519023015

ABSTRAK

Fokus skripsi ini adalah upaya Jepang menggunakan soft power untuk meningkatkan hubungan bilateral dengan Indonesia melalui Anime Festival Asia. Setelah berakhirnya Perang Dunia II, Jepang mengubah citranya. Alih-alih menggunakan hard power untuk membentuk aliansi dengan negara lain, sekarang menggunakan soft power untuk melakukannya dengan mempromosikan budaya populer. Temuan menunjukkan bahwa Jepang, negara yang menggunakan diplomasi soft power dalam konteks budaya, telah berhasil meningkatkan hubungan internasional yang lebih baik dengan menyediakan budaya pop Jepang yang sangat populer terutama di kalangan remaja. Keberhasilan tersebut ditunjukkan dengan kegiatan Anime Festival Asia yang menunjukkan hubungan yang saling menguntungkan antara kedua negara yang bekerja sama.

Keywords: Anime Festival Asia, Pop Culture, Soft Power.

ABSTRACT

The focus of this thesis is Japan's efforts to use soft power to improve bilateral relations with Indonesia through the Anime Festival Asia. After the end of World War II, Japan changed its image. Instead of using hard power to form alliances with other countries, it now uses soft power to do so by promoting popular culture. The findings show that Japan, a country that uses soft power diplomacy in a cultural context, has succeeded in promoting better international relations by providing Japanese pop culture which is very popular, especially among teenagers. This success is demonstrated by the Anime Festival Asia activities which show the mutually beneficial relationship between the two cooperating countries.

Keywords: Anime Festival Asia, Pop Culture, Soft Power.

Kata Pengantar

Alhamdulillah segala puji hanya bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan Rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi yang berjudul Upaya Jepang-Indonesia Untuk Memperkuat Hubungan Bilateral Melalui Anime Festival Asia. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bosowa, Makassar.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada orang-orang yang telah mendukung dan membantu dalam penulisan skripsi ini dari sejak awal dan bahkan sampai di akhir perkuliahan penulis, yaitu kepada:

1. Kedua orang tua saya, Ibu dan Ayah terima kasih selalu mendukung saya dalam segala hal yang saya lakukan, baik dalam bentuk materiil maupun moril. Terima kasih selalu mendoakan saya sehingga saya bisa berada di titik ini. Inilah doa dan keinginan kedua orang tua saya yang bisa saya lakukan dan selesaikan, sekali lagi saya sangat berterima kasih atas semua doa yang selalu menyertai saya.
2. Ketiga saudara laki-laki dan saudara perempuan saya yaitu Abang Gege, Alif, Brian dan kak Marsya, Bunda Sasa dan Kedua sepupu saya Sasa dan Bintang.

Terima kasih telah mendukung dan menghibur saya, dan terima kasih atas telah memberi moril maupun materiil kepada saya.

3. Bapak Arief Wicaksono, S.Ip., M.A. dan Ibu Becce Bt. Mamma, S.Ip., M.A. Selaku pembimbing penulis dalam penulisan skripsi ini, terima kasih atas saran dan kritikan yang diberikan agar skripsi ini diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Terima kasih atas waktu saat konsultasi selama mengerjakan skripsi ini.
4. Semua Bapak dan Ibu dosen, Bapak Arief Wicaksono, S.Ip., M.A., Ibu Becce Bt. Mamma, S.Ip., M.A., Bapak Zulkhair Burhan, S.Ip., M.A., Ibu Ayu Kartika J. T, S.IP.,M.A., Bapak Asy'ari Mukrim, S.Ip., M.A., Ibu Dr. Rosnani, S.Ip., M.A., Bapak M. Fahmi B. Fauzi, S.Ip., M.Sc. Terima kasih telah berbagi ilmu dan pengetahuannya yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yaitu Pak Budi dan Ibu Citra yang membantu segala administrasi penulis.
6. Untuk Siana, Grace, dan Melly terima kasih atas pertemanannya selama dari semester satu hingga semester terakhir ini. Terima kasih telah mendengarkan curhatan, menghibur dan mendukung saya.
7. Untuk Junita, Batris, Mina, Mutia, dan DW Terimah kasih sudah mau berteman dengan saya dan menghibur saya dengan lelucon yang kalian berikan.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENERIMAAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
Kata Pengantar.....	vii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah Dan Batasan Masalah.....	5
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Tinjauan Pustaka.....	6
E. Kerangka Konseptual.....	11
F. Metode Penelitian	12
BAB II TEMUAN PENELITIAN.....	13
A. Budaya Pop Jepang dan Masuknya Budaya Pop di Jepang ke Indonesia ...	13
1. Budaya Pop Jepang	13
2. Masuknya Budaya Pop Jepang ke Indonesia	17
B. Hubungan Bilateral Jepang Dengan Indonesia melalui Budaya	19
C. Cool Japan Dalam Anime Festival Asia	24
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29
A. Hubungan Bilateral Jepang-Indonesia Dalam Perspektif Soft Power.....	29
B. Posisi Diplomasi Budaya Dalam Hubungan Bilateral Jepang-Indonesia.....	33
C. Anime Festival Asia Sebagai Bagian Dari Diplomasi Budaya Jepang Terhadap Indonesia	36
BAB IV KESIMPULAN	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat Jepang tetap memegang teguh nilai-nilai tradisionalnya pada masa sekarang karena Jepang merupakan negara yang memiliki banyak nilai budaya tradisional yang kuat. Seni teater bersejarah Jepang *kabuki*, *noh*, *kyogen*, dan *bunraku* adalah contoh budaya tradisional Jepang yang masih hidup dan masih tenar sampai saat ini. *Chado*, atau upacara minum teh, *ikebana*, atau seni merangkai bunga, termasuk juga beberapa contoh dari tradisi tradisional yang terkenal. (Umam, 2018)

Jepang meninggalkan reputasi buruk bagi banyak negara yang pernah dijajahnya, terutama Indonesia, setelah kalah dalam Perang Dunia II. Perekonomian Jepang juga menderita akibat kekalahan ini. Alhasil, pemerintah Jepang berupaya memperkuat citranya sebagai bangsa yang menghargai perdamaian dengan mengembangkan kesenian tradisional milik negara tersebut. Ketika Jepang mendaftar untuk bergabung dengan *United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization* (UNESCO) pada tahun 1951, pemerintah Jepang mulai mengambil langkah awal. (Nuraini, 2017).

Untuk mendorong kegiatan pertukaran budaya antara Jepang dan negara lain, serta untuk memperkenalkan budaya Jepang, Jepang juga mendirikan *The Japan Foundation* pada tahun 1972 sebagai badan hukum. Di bawah arahan Kementerian Luar Negeri Jepang (MOFA), *The Japan Foundation* di Indonesia

secara resmi diluncurkan pada tahun 1979 dengan tujuan membina hubungan yang lebih erat antara kedua negara. *The Japan Foundation* memiliki tiga tujuan utama: pertama, pertukaran budaya; kedua, mengajar bahasa Jepang; dan ketiga, pertukaran intelektual dan kemajuan studi Jepang. (Nugraha, 2017).

Salah satu taktik Jepang untuk mengatasi ketidakpastian ekonominya adalah melalui strategi Cool Jepang. Krisis ekonomi yang berkepanjangan disebabkan oleh ekonomi Jepang yang rapuh. Oleh karena itu, ketika krisis berkepanjangan dimulai, pemerintah Jepang menyadari kemungkinan yang dapat menjadi sumber pendapatan baru bagi perekonomian negara. Dengan banyaknya pecinta anime, salah satu budaya Jepang yang diuntungkan dengan rencana Cool Japan, pemerintah Jepang mulai menyelenggarakan berbagai festival dan event bertema anime. Festival Anime Asia adalah salah satunya. (Safariani, 2017)

Anime Festival Asia adalah salah satu dari beberapa kegiatan yang sering diadakan Jepang melalui Cool Japan untuk pameran budaya populer di Asia Tenggara. Acara internasional tahunan yang disebut Anime Festival Asia (AFA) diselenggarakan. Singapura adalah negara pertama yang menjadi tuan rumah Anime Festival Asia (AFA), kegiatan festival bertema anime di seluruh dunia. Di Indonesia sendiri Anime Festival Asia pertama kali diselenggarakan pada tahun 2012. Penyebaran budaya populer melalui Anime Festival Asia sebagai platform dan senjata diplomasi. Selain itu, Anime Festival Asia menawarkan berita dan informasi tentang acara yang diselenggarakannya,

termasuk yang terkait dengan anime, game, musik, gaya hidup, budaya, cosplay, dan topik lainnya. (Safariani, 2017)

Diplomasi budaya Anime Festival Asia ke berbagai negara, khususnya Indonesia. Sudah menjadi hal yang lumrah bagi masyarakat untuk bertukar informasi atau berinteraksi satu sama lain mengenai topik budaya yang sama dan sesuai dengan anime dan manga yang disukai karena anime dan manga tidak hanya membantu Jepang untuk meningkatkan perekonomiannya tetapi juga untuk meningkatkan perekonomiannya serta menciptakan citra positif dan karakter budaya Jepang melalui strategi diplomasi budaya. (Anwar, 2023)

Hal ini dimaksudkan agar masyarakat Indonesia dapat lebih mengenal budaya pop Jepang, khususnya Pop Culture. Melalui acara Anime Festival Asia atau AFA Jepang dapat berdiplomasi melalui budaya yang dimilikinya. Budaya pop adalah cara hidup yang dikembangkan oleh orang Jepang untuk diri mereka sendiri dan kemudian disebarluaskan dengan maksud untuk menghibur masyarakat umum. Budaya pop adalah produk dari media massa. Pemerintah Jepang secara aktif mendorong perkembangan Budaya Pop Jepang untuk mendorong kreativitas seni sebanyak mungkin. Anda dapat menikmati anime (animasi), manga (komik), game, J-musik, dan dorama (drama televisi) sebagai contoh budaya populer Jepang.

Setelah reformasi, hubungan bilateral antara Indonesia dan Jepang membaik, kedua negara tersebut sering menjalin kerjasama di bidang ekonomi. IJEPA atau *Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement* adalah salah

satu perjanjian perdagangan bebas atau bentuk kerjasama antara Indonesia dan Jepang. Isu-isu seputar ekonomi terus menjadi tema yang sering dibahas dalam masyarakat, termasuk isu-isu seputar investasi, perdagangan, spesialis teknologi, dan bantuan keuangan menjadi perhatian. Jepang adalah investor asing terbesar. Menurut statistik, Jepang menyumbang 24,8% dari seluruh investasi asing di Indonesia. Jepang menyadari bahwa Indonesia adalah negara mitra dagang karena Indonesia mengakui Jepang sebagai negara dengan potensi ekonomi yang kuat. (Purba, 2021)

Perekonomian global mengalami penurunan secara tragis selama pandemi Covid-19, terutama di bidang ekonomi. Masalah pelarangan berkegiatan di luar ruangan, seperti contohnya melaut. Penghasil tuna terbesar di dunia adalah Indonesia, dan Jepang merupakan pemasok ikan tuna untuk dikonsumsi oleh masyarakat Jepang, hal ini sangat mengganggu kegiatan pengeksport ikan tuna ke Jepang. Tak hanya itu, China dan Jepang bersaing untuk mengoperasikan Kereta Cepat Jakarta-Bandung, KCJB, dan isu tersebut membuat kerjasama bilateral antara Indonesia dan Jepang agak sedikit merenggang. Proposal dari Konsorsium Jepang dan Indonesia itu berisi penawaran senilai US\$6,2 miliar. Seiring dengan kenaikan biaya yang ditanggung pemerintah, ada jaminan pemerintah, pembiayaan dari APBN, dan subsidi tarif. Di sisi lain, Proposal Konsorsium China dan Indonesia memuat penawaran senilai US\$5,13 miliar. Perusahaan patungan (JVC) bertanggung jawab atas pembengkakan biaya; tidak ada jaminan pemerintah; yang berasal

dari APBN dan subsidi tarif. China memenangkan proyek pengembangan KCJB berkat pengurangan biaya dan kurangnya dana dari APBN. (CNN Indonesia, 2022).

Menurut penulis pemerintah Jepang menyadari bahwa budaya merupakan aspek penting dalam menjalin hubungan kerjasama, maka Jepang menggunakan Anime Festival Asia sebagai alat diplomasi budaya dengan negara Indonesia. Penelitian ini akan menarik diteliti karena penulis berencana akan melakukan penelitian tentang hubungan diplomasi budaya Jepang dengan Indonesia yang difasilitasi dalam event Anime Festival Asia.

B. Rumusan Masalah Dan Batasan Masalah

1. Batasan Masalah

Penelitian ini memberikan batasan masalah pada:

- a. Strategi soft power Jepang menggunakan Anime Festival Asia untuk bekerja sama dengan Indonesia.
- b. Durasi periode pada tahun 2012-2021, mengacu pada bagaimana hubungan bilateral Jepang dengan Indonesia melalui Anime Festival Asia

2. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang diatas, maka penelitian ini merumuskan permasalahan dengan pertanyaan sebagai berikut:

Bagaimana Upaya Jepang-Indonesia Untuk Memperkuat Hubungan Bilateral Melalui Anime Festival Asia?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana hubungan bilateral antara Jepang dengan Indonesia melalui Anime Festival Asia.

2. Manfaat Penelitian

- a. Penelitian ini akan memberitahu bagaimana kerjasama antara Jepang dengan Indonesia dalam bidang kebudayaan melalui Anime Festival Asia.
- b. Berbagi informasi atau referensi untuk para mahasiswa, yang ingin mengetahui tentang hubungan bilateral antara Jepang dan Indonesia
- c. Penulisan ini semoga bermanfaat bagi penulis dan para mahasiswa yang sedang mengambil jurusan studi Hubungan Internasional.

D. Tinjauan Pustaka

Penulis penelitian ini menggunakan beberapa tinjauan pustaka yang relevan dengan penelitian, dalam beberapa literatur yang mengangkat tema tentang seputar hubungan Jepang dengan Indonesia melalui Anime Festival Asia sebagai acuan.

1. Pertama adalah skripsi dari Ade Lia Purba, “Cool Japan Strategy Dalam Hubungan Diplomasi Jepang - Indonesia” yang ditulis pada tahun 2021. Ada berbagai kesimpulan Ade Lia Purba yang masuk dalam skripsi ini,

diantaranya yang pertama adalah Visi Jepang yang Sejuk. Strategi mengubah Jepang menjadi negara yang mengembangkan solusi masa depan yang inovatif. Dengan bantuan visi tersebut, pemerintah Jepang memupuk kapasitas warganya untuk berinovasi dan menghasilkan karya-karya baru dalam profesinya masing-masing, khususnya di sektor industri kreatif.

Kedua, adanya pengaruh timbal balik antara tujuan pendekatan Jepang yang keren. Untuk mencapai tujuan nasionalnya, pemerintah Jepang bekerja untuk mengontrol identitas dan kearifan negaranya di luar negeri. Cool Japan sangat mempertahankan budaya dan nilai-nilai tradisional Jepang, untuk menarik banyaknya pengunjung yang berwisata kesana, inilah bukti kemampuan Jepang untuk mempengaruhi Jepang secara positif. Ketiga, kebijakan Jepang mencakup inisiatif untuk mendorong kemakmuran domestik, meningkatkan hubungan bilateral, dan memposisikan Jepang sebagai penyedia bantuan global.

Keempat, dalam menjalankan Strategi Cool Japan, Jepang mengadopsi sejumlah langkah yang dirancang untuk mengiklankan dan mempublikasikan Cool Japan sebagai salah satu tujuan wisata utama negara tersebut. Dengan tumbuhnya Cool Japan, kolaborasi telah terjalin dengan berbagai organisasi pemerintah Jepang, yang masing-masing mendukung kegiatan terkait Cool Japan sesuai dengan spesialisasi mereka masing-masing. Perekonomian menjadi

seimbangkan dan meningkat melalui penggunaan instrumen budaya populer dalam pelaksanaan program Cool Japan.

Jepang sangat menekankan perluasan industri kreatifnya di bidang kuliner, fashion, kerajinan tangan, komputer, hiburan, dan teknologi. Strategi Cool Japan telah memberikan efek yang menguntungkan bagi kemampuan Jepang untuk memproyeksikan citra negara yang damai, terbukti dengan respon antusias penduduk Indonesia terhadap pengenalan budaya Jepang di sana.

2. Tinjauan pustaka selanjutnya adalah Jurnal yang ditulis oleh Riri Ayu Novita dengan judul “Diplomasi Kebudayaan Jepang di Indonesia Melalui Anime Festival Asia Indonesia (AFAID)”. yang ditulis pada tahun 2022, dengan hasil penelitiannya. Penyelenggara AFAID dapat dikatakan sukses karena secara konsisten menampilkan penampilan para selebriti Jepang dan hal-hal baru yang dapat menarik perhatian publik, yang mengakibatkan peningkatan jumlah peserta setiap tahunnya. Hal ini terbukti di AFAID 2018, dimana ada program anyar bernama AFA Play, sebuah corner game untuk para pecinta game Jepang. Selain menghadirkan superstar Jepang secara langsung, AFAID berkolaborasi dengan talenta Indonesia yang sedang naik daun dengan mendatangkan cosplayer, ilustrator, dan YouTuber dari Tanah Air. Jepang dapat dengan mudah berkolaborasi menggunakan budaya berkat acara ini. Negara Indonesia juga memperoleh keuntungan dari

keikutsertaan dalam kegiatan tersebut, antara lain keuntungan sewa tempat, peserta asing yang datang ke Indonesia untuk mendongkrak devisa negara serta meningkatkan penerimaan pajak, membantu industri kreatif Indonesia dalam mendirikan usaha, dan kerjasama. dengan industri kreatif dari Jepang.

3. Tinjauan pustaka berikutnya berjudul skripsi “Peran Japan Foundation Dalam Menyebarluaskan Kebudayaan Jepang di Indonesia Tahun 2013-2015”. Yang ditulis oleh Irfan hakim dengan hasil dari penelitiannya. The Japan Foundation bertindak sebagai organisasi yang telah diberi izin oleh pemerintah untuk membantu negaranya dalam mencapai tujuannya karena pada dasarnya inilah yang diinginkan oleh setiap pemerintah. Sejumlah angka yang ditemukan menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia memandang Jepang sebagai negara yang sangat ramah.

Indonesia menjadi lebih menarik bagi orang Indonesia karena budaya Jepang tumbuh di sana. 30% orang Indonesia menganggap Jepang adalah negara yang ramah, sementara 65% menganggap Jepang sebagai negara yang sangat ramah. Hanya 3% responden yang menganggap Jepang sekarang ramah. Selain itu, sekitar 73% masyarakat Indonesia percaya bahwa Jepang adalah mitra penting untuk kerjasama dan hubungan diplomatik antara kedua negara harus dijaga. Sedangkan yang menganggap cukup penting sekitar 26% dan

menganggap tidak penting sekitar 1% (dikelola dari Minister of Foreign Affairs of Japan.2014.ASEAN Study: Public diplomacy, Opinion Poll on Japan. Hongkong: ipsos hal.44). Dengan adanya Japan Foundation Jepang dan Indonesia bisa bekerjasama dan membangun citra positif bagi negara Jepang ke Indonesia melalui budaya.

4. Tinjauan pustaka selanjutnya Jurnal dari Sidik Ali Mustaqim yang berjudul, “Upaya Jepang Dalam Mempopulerkan Program Cool Japan Sebagai Nation Branding”. Dengan hasil penelitian, Program ini menunjukkan bahwa cara pandang pemerintah terhadap sektor industri konten Jepang telah mengalami transformasi yang substansial. Karena dianggap tidak menguntungkan dan tidak relevan sebelum tahun 2000-an, pemerintah kurang memperhatikan industri ini. Sikap pemerintah akhirnya berubah akibat kegemaran masyarakat global terhadap materi kreatif dan budaya populer.

Mereka mulai percaya bahwa bisnis konten dapat memacu pertumbuhan ekonomi domestik dan membantu membangun brand Jepang. Melalui pemerintah, seluruh budaya dan konten diubah menjadi alat kebijakan luar negeri yang dimaksudkan untuk meningkatkan ekonomi dan mengembangkan Jepang menjadi brand bangsa yang dapat digunakan oleh berbagai aktor, termasuk kementerian dan lembaga, untuk mencirikan Jepang secara keseluruhan. Inisiatif Cool Japan berupaya untuk meningkatkan kemungkinan diplomasi Jepang sambil

mempromosikan pertumbuhan dan perkembangan bangsa melalui prosedur dan upaya yang terorganisir.

E. Kerangka Konseptual

Sebagai acuan dari penelitian ini, penelitian ini akan menggunakan kerangka konseptual dimana akan membantu dalam menganalisis mengapa Anime Festival Asia sebagai alat memperkuat hubungan bilateral Jepang dengan Indonesia, yaitu dengan menggunakan konsep *Soft Power* oleh Joseph Nye.

Joseph Nye pertama kali mendefinisikan konsep *soft Power* sebagai sumber kekuatan sebuah negara pasca berakhirnya perang dingin, tidak hanya tergantung pada kekuatan militer saja melainkan bisa menggunakan media lain seperti budaya, ekonomi, sosial, politik dan bentuk segala pendekatan yang berbentuk *Soft Power*. Dalam konsep *Soft*, diplomasi dapat dilakukan dengan secara sukarela dilakukan oleh negara-negara yang terlibat untuk berkontribusi dalam diplomasi. *Soft Power* itu sendiri merupakan kemampuan untuk mendapatkan apa yang dikehendaki dengan mengajak dan menarik simpati orang lain dapat mewujudkan keinginan kita.

Dalam kerangka konsep ini menjelaskan bagaimana *Soft Power* sangat penting dimana budaya dapat menampilkan citra baik di mata masyarakat dunia. Pengaruh Jepang dalam bidang budaya populer yang telah banyak menarik perhatian masyarakat Indonesia tanpa adanya paksaan dalam

pemerintahannya, melalui Anime Festival Asia inilah Jepang memamerkan budaya yang mereka miliki kepada masyarakat Indonesia.

F. Metode Penelitian

a. Tipe Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif. Dimana metode ini bertujuan untuk menjelaskan atau menggambarkan suatu peristiwa yang ada pada saat ini. Metode penelitian kualitatif ini deskriptif dan sering menggunakan analisis dengan fakta dari data yang diperoleh.

b. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari hasil studi, buku teks dan elektronik, jurnal, artikel, media massa atau internet.

c. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh penulis adalah Telaah Pustaka atau Library Research, dengan cara mengumpulkan data melalui berbagai jenis data, artikel, jurnal, buku dan juga dari media massa atau internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

d. Teknik Analisis Data

Penulis akan menggunakan teknik analisis kualitatif, dimana analisa ini diambil berdasarkan data-data yang akan didapatkan berdasarkan fakta-fakta, analisis ini juga menggunakan data melalui telaah pustaka

BAB II

TEMUAN PENELITIAN

A. Budaya Pop Jepang dan Masuknya Budaya Pop di Jepang ke Indonesia

1. Budaya Pop Jepang

Negara pertama yang mempengaruhi budaya Jepang adalah Cina dan Korea, yang mulai berdagang dengan Jepang pada awal abad ketiga. Pengiriman mahasiswa yang mempercepat kebangkitan Jepang melalui akulturasi budaya menjadi faktor utama suksesnya hubungan perdagangan kedua negara. Jepang tertinggal saat Meiji menjabat, meskipun faktanya Tiongkok terus mempengaruhi budaya Jepang sepanjang abad ke-19. Reformasi pun dilakukan secara besar-besaran untuk mencerdaskan bangsa dalam segala bidang, termasuk kebudayaan. Pada tahun 1871–1873, Jepang mulai melakukan pertukaran pelajar dengan negara lain, terutama di Eropa dan Amerika Utara, dalam upaya mempromosikan budayanya dan memperkuat posisinya di dunia. Dengan demikian, budaya Eropa dan Amerika mulai berdampak pada budaya Jepang. (Novita, 2022)

Jepang mengalami kehancuran yang signifikan setelah Perang Dunia II. Setelah itu Jepang berusaha menstabilkan bangsanya, melalui penggunaan unsur budayanya. Jepang juga mulai menggabungkan budayanya dengan budaya Eropa dan Amerika dalam upaya meningkatkan ekonominya. Setelah Perang Dunia II, Jepang mulai

mengambil sikap *Low profil* yang lebih terselubung dalam upaya untuk tumbuh secara ekonomi dengan tetap menjaga hubungan baik dengan negara lain. Tujuan Jepang saat ini adalah untuk memperluas ekonominya tanpa mengganggu negara lain. Buku komik, video game, dan film adalah beberapa contoh budaya pop Jepang yang dimanfaatkan Jepang untuk mulai menstabilkan perekonomiannya. Film Gorilla tahun 1954, sering dikenal sebagai Godzilla dalam istilah yang lebih umum digunakan, menandai awalnya Jepang mulai melebarkan sayapnya melalui bidang budaya. Film tersebut menampilkan promosi bebas nuklir karena gorila dibuat menggunakan radiasi dari nuklir. Di Jepang, standar untuk animasi asli Jepang, atau Anime, kemudian ditetapkan seiring pertumbuhan industri film. Animasi pertama yang pernah dibuat oleh suatu bangsa adalah Momotaro Umi No Shinpei (Momotaro Divine Sea Warrior), yang dirilis pada tahun 1945. Namun di pasar internasional, mereka kurang berhasil. (Jonatan dan Carthy, dalam Safariani, 2017).

Jepang memiliki reputasi sebagai pembuat mainan anak-anak dan produk lain yang terkait dengan hiburan pada tahun 1970-an. Misalnya, rilis Sony Walkman tahun 1979, yang dipuji karena portabilitas dan kapasitasnya untuk memberikan kesenangan individual. Selain itu, budaya populer mereka mulai menjadi lebih terkenal dan diterima di tingkat global. Selain film dan kartun Jepang, mereka juga

menguasai tangga lagu pop Billboard Amerika. Sakamoto Kyu dengan Sukiyaki adalah lagu berbahasa Jepang pertama yang menduduki tangga lagu pop Billboard. Selain itu, pada tahun 1980, anak muda mulai tertarik dengan genre manga seperti fiksi ilmiah, romansa, aksi samurai, dan aksi. Jepang menerbitkan sejumlah besar komik atau manga pada saat itu—hampir 27% atau lebih dari 1,8 juta manga telah dibuat. (Schodt, dalam Safarisi, 2017).

Jepang mulai mempromosikan budayanya ke seluruh dunia dengan berbagai acara TV Jepang yang mulai ditayangkan di luar pada pertengahan 1990-an, seperti *Mighty Morphin Power Rangers*, *Takeshi Castle*, dan *Iron Chef*. Seiring dengan anime dan manga, J-pop, atau musik pop Jepang, mulai mendapatkan popularitas di pasar Asia. Beberapa bandnya sudah mulai mengadopsi genre tersebut untuk musik mereka, termasuk J-Rock, yang terang-terangan menggunakan huruf J di depan, yang merupakan singkatan dari bahasa Jepang. Pada tahun 2000, budaya pop Jepang berkembang pesat. Jepang telah menghasilkan sejumlah besar serial anime dan manga yang telah diterima dengan baik oleh banyak penonton. *One Piece*, sebuah anime Jepang, menghasilkan 320.866,00 komik, yang merupakan rekor komik terbanyak yang pernah dibuat oleh seorang penulis tunggal. (Safarsi, 2017)

Junichiro Kozumi berpendapat bahwa dengan memanfaatkan budaya popnya sendiri, Jepang dapat menguasai pasar dunia, khususnya

di bidang produksi budaya pop. Jepang kemudian fokus mengembangkan industri kreatifnya. Sebelum tahun 2002, jumlah pengunjung ke Jepang hampir tidak meningkat sebesar 1 juta, dan antara tahun 2003 dan 2004, ada peningkatan yang nyata sebesar 1 juta. Alhasil, Jepang membangun landmark untuk mempromosikan budaya Jepang dan meningkatkan jumlah turis asing yang datang ke negara tersebut. menjadikan monumen ini sebagai representasi budaya populer Jepang. Mulai tahun 2007, pemerintah Jepang fokus mengeksport budaya Jepang untuk mendapatkan lebih banyak pengunjung ke Jepang. (Safarisi, 2017)

Salah satu contohnya adalah Museum Manga Internasional di Kyoto. Lebih dari 100.000 orang mengunjungi museum di tahun pertamanya. Untuk mempromosikan budaya Jepang dan landmark negara, pemerintah Jepang membentuk Badan Pariwisata Jepang pada tahun 2008. Tujuan Kantor Promosi Industri Kreatif yang didirikan pada tahun 2010 adalah untuk mendukung perluasan budaya populer Jepang. Jepang meluncurkan Visit Japan Campaign pada tahun 2010 untuk menarik wisatawan dengan menggabungkan budaya pop dengan budaya tradisional. (Seaton dan Takayoshi, dalam, Safarisi, 2016).

2. Masuknya Budaya Pop Jepang ke Indonesia

Budaya populer Jepang berkembang di Indonesia sebagai akibat dari banyaknya restoran Jepang di Indonesia. Jepang mengeksport makanan kepada orang Indonesia, bukan hanya itu Jepang juga mengeksport video game dan peralatan elektronik. Rata-rata masyarakat Indonesia sangat menggemari anime maka dari itu menjadi salah satu target audiens dari upaya Japan Foundation untuk mempromosikan budaya Jepang di Indonesia. masyarakat Indonesia mulai menyukai anime Jepang pada tahun 1970-an. Berkat tayangan TVRI, penonton Indonesia bisa menyaksikan 26 episode anime Wanpaku Omukashi Kamu Kamu atau yang biasa dikenal dengan Astro Boy. (Novita, 2022)

Distribusi anime ini tiba-tiba berakhir pada pertengahan tahun 1980-an. Kabarinya, karena maraknya pembajakan saat itu, distributor anime Indonesia bangkrut. Pada awal tahun 1990-an, stasiun televisi baru muncul dan kembalinya anime secara bertahap ke Indonesia. Mulai tahun 1991, RCTI yang mengudara sejak tahun 1989 mulai menayangkan Doraemon setiap hari Minggu pagi. SCTV mengikuti jejak RCTI dan Indosiar pada awal tahun 2000-an. Samurai X diperkenalkan ke Indonesia oleh SCTV dan Animax. Samurai X tayang secara uncut di SCTV setiap hari pukul 15.00 WIB dari Senin hingga Jumat. (Kreativv, 2022)

Budaya Jepang semakin dikenal luas berkat siaran dari Jepang di TV Indonesia. Banyak anime menggambarkan bagaimana beberapa anak muda menjadi terpesona pada budaya Jepang dengan mengamati bagaimana mereka menjalani kehidupan sehari-hari. Kepopuleran gaya fashion Jepang seperti Lolita, Cosplay, dan Harajuku Fashion di tahun 2000-an adalah salah satunya. Salah satu contoh musik populer Jepang adalah lagu Mayumi Itsuwa Kokoro no Tomo. J-Rock, Geisha, dan Zivilia merupakan beberapa dari sekian banyak band Indonesia yang menggunakan J-Pop dalam lagu-lagunya. Jepang juga merupakan tempat lahirnya banyak franchise video game populer, seperti PS (Play Stations). Untuk memenuhi permintaan budaya Jepang yang terus meningkat, banyak manga dan novel Jepang telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dan diterbitkan oleh berbagai penerbit lokal, termasuk Elex Media Komputindo, M&C, dan Penerbit Haru. (Novita, 2022)

Menghilangnya beberapa program anime dan acara TV Jepang dari layar kaca Indonesia mulai tahun 2010 menjadi bukti bahwa kejayaan budaya Jepang di Indonesia tentu bukan tanpa kesulitan. Dragon Ball dan Crayon Shinchan adalah dua program anime yang saat itu ditantang oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Namun seiring berjalannya waktu, anime ini semakin mudah diakses karena banyaknya penikmat anime di kalangan anak muda Indonesia. Saat ini juga, masih

banyak komunitas penggemar Jepang untuk anime, cosplay, dan video game. Karena itu, baik Indonesia maupun Jepang berkeinginan untuk mengadakan acara bertema budaya Jepang di Indonesia karena banyaknya masyarakat Indonesia yang tertarik dengan budaya populer Jepang. Salah satu perayaan budaya Jepang tahunan terbesar di Indonesia disebut Anime Festival Asia. ((Kreativv, 2022)

B. Hubungan Bilateral Jepang Dengan Indonesia melalui Budaya

Jepang kalah dalam Perang Dunia II, yang menyebabkan penurunan di semua aspek ekonominya. Selain itu, bekas jajahannya, seperti China, Korea, Taiwan, dan beberapa negara lain, termasuk Indonesia, juga mengalami masa-masa sulit. Beberapa negara ini masih enggan berkolaborasi dan menuntut keadilan timbal balik atas kejahatan perang masa lalu karena masih ingat betapa menyakitkannya kekejaman masa lalu. Akibat kejadian tersebut, keuangan negara Jepang hilang sehingga reputasi Jepang di mata dunia khususnya di Asia menjadi sangat buruk. Kekejaman negara Jepang diperparah dengan adanya beberapa saksi hidup korban yang menceritakan bagaimana mereka diperlakukan kasar dan dipaksa bekerja oleh pihak Jepang. (Nuraini, 2017)

Jepang mulai berani menjalin hubungan diplomatik dengan sejumlah negara bekas jajahan dalam upaya untuk mulai mengembangkan ekonomi negaranya. Jepang menggunakan teknik ini untuk memperbaiki reputasinya yang rusak dan mendapatkan bantuan dari seluruh dunia. Melalui diplomasi ini,

ia akan melepaskan akar imperialismenya dan menjelma menjadi bangsa yang menjunjung tinggi perdamaian. Selain bekas jajahan Jepang, Indonesia juga berhak menjalin hubungan diplomatik dengan Jepang. Rakyat Indonesia pertama kali keberatan ketika perdana menteri Jepang berkunjung. Kerusuhan MALARI yang terjadi pada 15 Januari 1974 menjadi puncaknya. Orang-orang Asia Tenggara, khususnya masyarakat Indonesia, mulai merasa sangat kuat, dan ini diwujudkan dalam protes, aksi selera, dan pembakaran serta penghancuran berbagai produk industri Jepang. Orang-orang di Indonesia dan beberapa negara Asia Tenggara lainnya memiliki sentimen anti-Jepang. Hubungan antara Indonesia dan Jepang kembali renggang akibat situasi ini. (Nuraini, 2017)

Takeo Fukuda menggantikan Kakuei Tanaka sebagai perdana menteri hingga tahun 1976. Kemudian, pada tahun 1997, Fukuda merilis dokumen yang dikenal sebagai Doktrin Fukuda sebagai cikal bakal pergeseran fokus politik dan kebijakan luar negeri Jepang, yang menekankan pada kolaborasi dan pemajuan hubungan internasional dalam bidang sosial, ekonomi, politik, dan budaya. Untuk lebih memahami budaya satu sama lain, Jepang menjalin hubungan kerjasama dengan Indonesia melalui interaksi budaya. (Hakim, 2016)

Japan Foundation, satu-satunya entitas yang khusus menangani pertukaran budaya asing, didirikan di Jepang pada bulan Oktober 1972 sebagai perusahaan nirlaba yang dimiliki oleh pemerintah Jepang. Kami berupaya

melakukan berbagai kegiatan, menawarkan fasilitas dan informasi yang menumbuhkan peluang bagi masyarakat untuk dapat berkomunikasi satu sama lain guna meningkatkan saling pengertian antara masyarakat Jepang dan negara lain. (Japan Foundation.org)

Japan Foundation memiliki 24 kantor cabang di seluruh dunia dan kantor pusatnya berada di Tokyo. Japan Foundation memperluas kegiatannya dalam skala global untuk mencapai tujuannya dengan memelihara hubungan positif dan bekerja sama dengan Kedutaan Besar dan Konsulat Jepang di seluruh dunia, sekolah bahasa Jepang, dan organisasi pertukaran budaya di luar negeri. (Japan Foundation.org)

Pada bulan April 2014, The Japan Foundation, sebuah organisasi terpisah, meluncurkan program Japan Foundation Asia Center, yang menciptakan bagian unik untuk Asia Center. Melalui proyek kerja sama, program ini memberikan kesempatan kepada negara-negara di Asia, khususnya ASEAN, untuk mencetuskan dan mengaktualisasikan ide-ide interaksi budaya. Bagian Asia Center berupaya untuk meningkatkan kelangsungan hidup keluarga dan tetangga di Asia melalui interaksi dan kerja sama di bidang pengajaran bahasa Jepang, seni dan budaya, olahraga, serta pertukaran intelektual dan akar rumput. (Japan Foundation.org)

The Japan Foundation yang awalnya hanya sebagai wadah pertukaran budaya, kini telah berkembang menjadi sebuah struktur dengan berbagai kegiatan di samping tujuan yang hanya berpusat pada budaya. Operasi Japan

Foundation kali ini akan dipusatkan pada empat kegiatan yang juga menjadi empat tujuan utama, yaitu:

1. Budaya Jepang diperkenalkan melalui pertukaran seni dan budaya, yang berfokus pada seni, musik, teater, film, mode, dan desain.
2. Pendidikan Bahasa Jepang, dalam hal ini The Japan Foundation, menyediakan fasilitas pelatihan bagi para guru bahasa agar mereka dapat membuat rencana pembelajaran dan menyelenggarakan ujian kompetensi bahasa Jepang kepada penduduk setempat.
3. Studi Jepang dan Pertukaran Intelektual: Melalui program ini, Jepang mendukung individu yang berencana melakukan penelitian terkait Jepang di luar negeri dan yang ingin belajar lebih banyak tentang Jepang untuk membina hubungan persahabatan dengan negara lain.
4. Pengumpulan dan penyediaan informasi diperlukan untuk mendukung inisiatif pertukaran internasional. (Japan Foundation.org)

The Japan Foundation didirikan di Indonesia pada tahun 1979, lima tahun setelah peristiwa Malari pada tahun 1974. Pendirian ini dilakukan melalui beberapa proses, antara lain melakukan survei dan mengamati bagaimana respon masyarakat Indonesia terhadap sentimen anti Jepang dengan harapan

dapat peristiwa seperti Malari tidak akan terjadi lagi. Oleh karena itu, mempelajari budaya asing lokal penting untuk membandingkan budaya satu negara dengan negara lain. Melalui The Japan Foundation, pemerintah Jepang melakukan diplomasi kebudayaan Jepang di Indonesia dengan tujuan utama memulihkan nama baik bangsa dan membangun persahabatan antar bangsa yang pernah didudukinya. Pemerintah Indonesia mendirikan The Japan Foundation dengan tujuan mendidik masyarakat Indonesia tentang budaya Jepang untuk membina hubungan yang damai. Akibatnya, organisasi ini memainkan peran penting dalam membina hubungan diplomatik antara Indonesia dan Jepang. (Nuraini, 2017).

Saat ini, program Japan Foundation lebih banyak berfungsi sebagai saluran untuk mengatur pertukaran pelajar antara Jepang dan Indonesia, misalnya melalui pembentukan inisiatif bersama antara kedua negara. Program Seni Budaya, Bahasa Jepang, Program Studi Pembelajaran, dan Pertukaran Intelektual hanyalah beberapa dari program yang ditawarkan setiap tiga bulan sekali atau setahun sekali. Intensitas operasi pendukung di dalam divisi The Japan Foundation mulai meningkat seiring dengan kemajuan budaya Indonesia. The Japan Foundation membentuk program jangka panjang pada tahun 2008 dengan pedoman yang bertujuan untuk membangkitkan minat masyarakat Indonesia terhadap budaya Jepang. Berbagai fasilitas tersedia untuk membantu operasional Japan Foundation di Jakarta. Sumber daya ini termasuk Galeri Mini, ruang kelas untuk belajar bahasa Jepang, dan struktur serbaguna. Fasilitas

tersebut digunakan untuk memudahkan saling pengertian, memudahkan pengenalan budaya Jepang, dan mempromosikan kemajuan budaya Indonesia. (Nugraha, 2017)

C. Cool Japan Dalam Anime Festival Asia

Keren Pemerintah Jepang mengadopsi budaya Jepang sebagai sebuah gerakan dalam upaya menjadikan Jepang sebagai pusat kekuatan budaya. Gerakan ini kemudian berkembang menjadi kebijakan di bawah *Ministry of Economy, Trade and Industry* (METI). (Praditya dan Arisanto, dalam Yowandika, 2022). Gagasan itu dipraktekkan pada Januari 2003 sebagai salah satu proyek *visit Japan campaign*. Proyek ini juga disebutkan dalam pidato Perdana Menteri Koizumi Junichiro, yang mengumumkan haluan kebijakan negara yang ditandatangani oleh Kementerian Pertahanan, Infrastruktur, Transportasi, dan Pariwisata. (Wicaksono, dalam Yowandika, 2022)

Pemerintah Jepang memandang pendekatan Cool Japan sangat penting dalam menunjukkan perubahan dalam kebijakan dalam negeri dan kebijakan luar negeri mereka. Seperti diketahui, Jepang bertujuan dan meningkatkan persepsi positif terhadap citra mereka melalui budaya, perdagangan, pariwisata, atau cara lain sebagai bagian dari strategi Cool Japan. Promosi program di Cool Japan merupakan komponen kunci dari strategi Jepang untuk memasuki Indonesia dan mendirikan perusahaannya di sana. Penggunaan dalam strategi Cool Japan untuk menyebarluaskan budaya di Indonesia juga menyentuh beberapa bidang, antara lain:

1. Anime dan Manga

Salah satu bentuk budaya orang Jepang adalah anime dan manga, anime adalah kartun animasi dan manga adalah buku komik. Kedua bentuk media tersebut anime dan manga memiliki ketertarikan satu sama lain, jika anime dipublikasikan dan diterima dengan baik, maka manga dan anime akan disiarkan dan diterbitkan, begitu pula sebaliknya. Berbagai serial anime dan manga telah rilis dan ditayangkan hingga saat ini, terutama di Indonesia. Kemampuan mengakses internet dengan kecanggihan membuat anime dan manga lebih mudah mendapatkan ketenaran internasional dengan lebih cepat. Selain itu, costume play atau cosplay secara tidak langsung juga membentuk budaya baru di kalangan penikmat anime.

2. Cosplay

Cosplay atau costume play adalah ekspresi lain dari kecintaan terhadap anime. Cosplay adalah tindakan berdandan sebagai karakter dari manga, anime, atau video game lainnya atau meniru pakaian mereka. Pada awal tahun 2000-an, cosplay mulai marak di Indonesia setelah diadakannya sebuah acara bernama *bunkasai*, yang juga dikenal sebagai festival budaya Jepang, yang diselenggarakan oleh Universitas Indonesia saat itu. Saat itu cosplay masih sulit ditemukan di Indonesia.

3. J-music

J-musik, sering dikenal sebagai musik Jepang, adalah salah satu bentuk budaya populer Jepang yang tersebar keseluruh dunia. JKT48 adalah salah satu contoh bagaimana musik Jepang berkembang di era globalisasi di Indonesia. Kehadiran JKT48 di Indonesia merupakan dampak langsung dari pengaruh musik Jepang terhadap AKB48, sebuah grup Jepang yang sukses melahirkan grup idola sejenis di negara lain.

4. Festival Kebudayaan Jepang di Indonesia

Jepang yang menganggap serius penyebaran budaya melalui animasi, menobatkan Doraemon sebagai duta anime Jepang. MOFA (Kementerian Luar Negeri Jepang) telah banyak mengadopsi kebijakan Cool Japan pada saat itu, yang terus dimanfaatkan oleh Jepang. Tidak semua kegiatan Jepang yang diadakan di luar negeri direncanakan oleh pemerintah Jepang; beberapa organisasi swasta juga mengambil tanggung jawab ini. Fenomena sosial budaya Jepang di Indonesia adalah manga dan anime sebagai representasi dari budaya Jepang. Banyak perusahaan, universitas, dan sekolah di Indonesia juga telah menyelenggarakan berbagai kegiatan festival Jepang. Anime Festival Asia adalah salah satu contohnya. (Yowandika, 2022)

Pertukaran informasi dan hubungan ekonomi hampir melampaui batas negara di era globalisasi ini. Di seluruh dunia, anime adalah budaya populer, dan Jepang sendiri secara aktif mempromosikan budaya tersebut. Kalian bisa melihat betapa populernya anime dan manga Jepang di seluruh Indonesia. Akibatnya, masyarakat Indonesia semakin menganut budaya Jepang, yang merupakan penggabungan antara kedua budaya tersebut. Melalui Anime Festival Asia, Sozo dan Dentsu telah membuat sejumlah acara anime tahunan yang diselenggarakan di Asia Tenggara, antara lain Singapura, Malaysia, Thailand, dan Indonesia. Acara ini berfungsi sebagai sarana untuk mempromosikan budaya pop Jepang dan menunjukkan bagaimana anime disukai dan diterima oleh semua komunitas. (Safariani, 2017)

Dengan menyebarkan berita atau informasi tentang kegiatan Anime Festival Asia, komunitas tersebut menggunakan usahanya untuk mempromosikan budaya populer, melalui media dan komunikasi sebagai alat diplomasi, salah satunya melalui internet. Anime Festival Asia membangun situs web resminya sehingga para penggemar acara tersebut dapat mengetahui kapan dan bagaimana acara selanjutnya akan dilakukan serta hasil dari acara yang telah berlangsung. Anime Festival Asia juga menggunakan berbagai media dan saluran komunikasi, seperti pamflet, brosur, dan video yang dibagikan di situs media sosial seperti YouTube, Facebook, dan Twitter. Anime Jepang sudah menjadi semacam pertukaran budaya antara Jepang dan

Indonesia. Dalam hal ini, Jepang dengan giat berusaha menghadirkan amina sebagai industri khas Jepang. (Safariyani, 2017)



BAB III

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Hubungan Bilateral Jepang-Indonesia Dalam Perspektif Soft Power

Setiap negara memiliki berbagai sumber daya yang dapat digunakan sebagai media untuk memajukan tujuan nasionalnya. Menurut definisi Joseph Nye tentang istilah "soft power", ini adalah kemampuan untuk memikat dan memenangkan simpati orang lain agar mereka memenuhi tujuan kita. Untuk mencapai tujuan suatu bangsa, soft power sendiri menggunakan strategi berbasis budaya, ekonomi, dan pariwisata. (Nye, 2004)

Dalam hubungan Jepang dengan Indonesia, kerjasama telah terjalin sejak lama, yaitu dimulai pada bulan Januari 1958, dengan ditandatanganinya perjanjian damai antara Indonesia dan Jepang di Jakarta yang dinilai akan memberikan keuntungan bagi kedua negara di kemudian hari. Kedua negara bekerja sama di hampir semua bidang, termasuk ekonomi, budaya, masalah sosial, dan keamanan. Pertemuan tersebut berkembang menjadi kemitraan strategis lintas pemerintah. Hingga saat ini, telah ada kerjasama bilateral antara kedua negara. Perjanjian kemitraan ekonomi, seperti Perjanjian Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement atau IJEPA, telah diberlakukan antara kedua negara dan mendorong kerja sama di bidang ekonomi. IJEPA adalah jenis perjanjian bilateral ekonomi antara kedua negara, dan keduanya telah berkolaborasi dalam perjanjian perdagangan bebas (FTA), yang merupakan kesepakatan pertama antara Indonesia dan negara lain. Perjanjian tersebut

merupakan contoh kerjasama bilateral yang dilakukan Jepang untuk mengimplementasikan Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif (CEPA) dengan negara-negara anggota ASEAN, atau negara-negara di Asia Tenggara. (Safitri, dalam Seniwati, 2021)

Jepang telah menjadi mitra pembangunan eksternal Indonesia yang paling signifikan selama 60 tahun terakhir. Indonesia juga merupakan mitra utama Jepang untuk pembangunan. Melalui bantuan pembangunan luar negeri (ODA), Jepang juga telah mendukung pembangunan infrastruktur, pertanian, industri, pendidikan, kesehatan, dan sosial Indonesia serta pembangunan kelembagaan dan kapasitas. Dalam rangka meningkatkan pembangunan sosial dan ekonomi negara-negara berkembang, aktor negara dan non-negara dalam hubungan internasional saat ini berusaha untuk mempromosikan Official Development Assistance (ODA), yang merupakan komponen dari kebijakan luar negeri Jepang. (Seniwati, 2021)

Sejak tahun 1960, Jepang telah menjadi penyumbang bantuan terbesar ke Indonesia. 45% dari total bantuan pembangunan pemerintah (ODA) ke Indonesia berasal dari Jepang. Di sisi lain, Jepang sejauh ini telah menawarkan bantuan pembangunan resmi ke 190 negara dan wilayah. Indonesia menerima bantuan terbanyak dari Jepang sebanyak 11,3%. Hal ini menunjukkan betapa solidnya hubungan antara kedua negara. Bantuan pembiayaan pinjaman dikonsentrasikan untuk membantu pembangunan infrastruktur penting, termasuk pembangkit listrik, sistem irigasi, penanggulangan banjir, proyek

reklamasi lahan, rel kereta api, dan jalan raya. Konektivitas antar wilayah negara-negara besar akan meningkat dengan penggunaan infrastruktur ini. (Seniwati, 2021)

Cara Jepang berurusan mendekati diri dari Indonesia juga melalui diplomasi gastronomi, dimana Jepang menawarkan makanan Halal untuk menarik wisatawan Indonesia berkunjung ke Jepang. Mengingat bahwa Islam adalah agama mayoritas di Indonesia dan bahwa Jepang melihat potensi di bidang gastrodiplomasi, Jepang telah meluncurkan Proyek Makanan Halal Jepang (Japan Halal Food Project) untuk memperkenalkan dan mempublikasikan makanan Jepang yang telah dimodifikasi untuk mematuhi prinsip halal. Untuk meningkatkan kerjasama dan investasi di Indonesia, khususnya setelah keterkaitan ekonomi gelembung yang berkepanjangan stagnasi ekonomi Jepang, Jepang telah melakukan upaya untuk mendirikan Japan Halal Food Project. Mengeksploitasi potensi kuliner suatu bangsa merupakan tujuan utama dari gastrodiplomasi yang berupaya meningkatkan persepsi keunggulan suatu bangsa. Sesuai dengan gaya hidup masyarakat muslim di Indonesia, hal ini dilakukan dalam rangka program pengembangan makanan halal Jepang untuk mengubah makanan halal menjadi produk makanan yang higienis, aman, dan nyaman. Bagi Jepang, gastrodiplomasi dipandang sebagai cara yang bijaksana untuk menarik perhatian orang Indonesia atau mendapatkan dukungan rakyat sebagai bagian dari upaya meningkatkan reputasi negara. (Adam, 2017).

Indonesia menggunakan soft power untuk menarik perhatian Jepang melalui batik karena tidak mau kalah dengan Jepang yang kerap menggunakan soft power kepada Indonesia. Batik telah berkembang menjadi komoditas perdagangan internasional karena merupakan proses pembuatan yang menguntungkan Indonesia dan sangat dicari oleh masyarakat dunia. Karena minatnya yang tinggi terhadap batik, Jepang adalah negara yang sangat penting untuk mengekspor batik. Future Leader Camp Batik Festival (FLCBF) diselenggarakan oleh KBRI Jepang bekerja sama dengan Kementerian Pemuda dan Olahraga RI dan berlangsung di Kyoto, Jepang. Future Leader Camp Batik Festival adalah rangkaian acara bagi calon pemimpin untuk mengembangkan keterampilan kepemimpinan mereka dan mempelajari kualitas dan taktik kepemimpinan Jepang sekaligus memperkenalkan batik Indonesia dalam sebuah festival. (Destriyani, 2020)

Festival Batik Future Leader Camp berupaya memperkenalkan batik pada budaya Jepang, meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang sejarah Jepang dan kemajuan teknologi, serta mengkaji sifat dan taktik kepemimpinan Jepang. Dengan diperkenalkannya batik Indonesia, tercipta kemungkinan baru yang akan menguntungkan Indonesia dan mempermudah ekspor barang unggulan seperti batik ke pasar Jepang yang potensial. Selain itu, batik mengejar kepentingan nasional agar budaya asli Indonesia, batik yang telah diakui UNESCO sebagai Warisan Budaya Tak Benda Dunia, dapat

diapresiasi tidak hanya oleh masyarakat Jepang tetapi juga dunia internasional. (Destriyani, 2020)

B. Posisi Diplomasi Budaya Dalam Hubungan Bilateral Jepang-Indonesia

Dalam hubungan internasional, di era globalisasi memunculkan aktor dan isu baru, sehingga pemerintah tidak lagi menjadi satu-satunya aktor dalam proses pengambilan keputusan. Pasca Perang Dingin, terjadi pergeseran agenda internasional yang menyebabkan diplomasi menjadi lebih global, rumit, dan terfragmentasi. Perubahan sifat diplomasi ini disebut juga sebagai diplomasi kontemporer. Sebagai hasil dari kemajuan informasi dan teknologi yang dikenal sebagai diplomasi publik, hal ini mengakibatkan keterlibatan pemain non-negara yang substansial dalam upaya diplomasi. Budaya merupakan salah satu alat diplomasi publik. Sebuah sistem makna yang diajarkan, budaya terdiri dari pola adat istiadat, kepercayaan, nilai, norma, makna, dan simbol yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya dan dibagikan di berbagai tingkatan melalui interaksi dalam komunitas. Secara tradisional, bentuk seni tinggi seperti lukisan, teater, tari, dan musik telah digunakan dalam diplomasi. Di era globalisasi, budaya populer mengacu pada peristiwa budaya yang menarik banyak orang dan digunakan sebagai alat diplomasi. Tidak mungkin memisahkan diplomasi budaya dari konsep soft power. (Purba, 2021)

Konsep soft power Joseph Nye dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk membujuk pemain lain untuk memajukan tujuan seseorang tanpa menggunakan kekuatan atau militer. Masyarakat internasional sedang sangat

dipengaruhi, dipengaruhi, dan diinformasikan oleh upaya diplomasi budaya. Dengan terlibat dalam diplomasi budaya, persyaratan ini dapat berhasil dipenuhi dengan menciptakan persepsi yang menguntungkan dan saling pengertian. Hal ini karena diplomasi budaya itu sendiri merupakan bentuk soft power yang lebih canggih yang mereduksi konflik. Dibutuhkan pemain atau aktor yang berperan di dalamnya, seperti pemerintah dan non pemerintah, individu dan masyarakat, serta aktor tambahan dari yang telah disebutkan sebelumnya, untuk melakukan diplomasi budaya. Itu tidak bisa dilakukan sendirian. (Purba, 2021)

Potensi yang dimiliki Jepang dalam segala bentuk soft power sangat besar, belum lagi popularitas dan penerimaan budaya populer Jepang di seluruh dunia sebagai way of life. Soft power adalah sesuatu yang dapat digunakan Jepang secara efektif dan efisien. Ini karena "Lunak" adalah karakteristik yang menentukan kekuatan lunak, menghilangkan gagasan bahwa kekuatan semacam itu bersifat koersif, berbahaya, dan hampir selalu mengakibatkan korban. Karena tidak ada unsur paksaan dalam penerapannya, maka pengembangan soft power lebih dapat diterima oleh masyarakat. Budaya pop Jepang, termasuk anime, manga, J-pop, masakan, dan mode, sangat penting dalam diplomasi budaya negara tersebut, terutama yang berkaitan dengan pembangunan kekuatan soft powernya. (Purba, 2021)

The Japan Foundation, yang didirikan oleh Jepang untuk memperkenalkan dan mempromosikan budaya Jepang ke seluruh negara lain,

termasuk Indonesia, The Japan Foundation adalah tempat dimulainya diplomasi budaya antara Jepang dan Indonesia. Jepang memilih Indonesia sebagai tempat diplomasi budaya karena mengakui posisi Indonesia sebagai bangsa yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri budaya baik tradisional maupun modern, dan karena masyarakat Indonesia menyambut baik masuknya budaya Jepang. Melalui The Japan Foundation yang menjadi jembatan antara Jepang dan Indonesia untuk mempromosikan pertukaran budaya dan meningkatkan reputasi kedua bangsa. The Japan Foundation, yang menjadi lembaga independen pada tahun 2003, kini berfokus pada pertukaran budaya antara Jepang dan Indonesia. Selain itu, organisasi ini bekerja sama dengan organisasi pemerintah Indonesia, organisasi non-pemerintah, dan warga negara swasta untuk melakukan kegiatan seperti festival dan pameran budaya Jepang. (Hakim, 2016).

Karena maraknya budaya pop Jepang, mayoritas generasi muda Indonesia terpicu dengan budayanya, terutama anime, yang membuat anak-anak Indonesia sering mengikuti acara Jepang sambil berdandan seperti karakter dari anime dan video game favorit mereka. menikmati. Secara keseluruhan, pemuda Indonesia memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang Jepang berkat budaya pop, semakin banyak pemuda yang tertarik dengan budaya Jepang, semakin mereka ingin bepergian ke sana, belajar di sana, atau bekerja di sana. (Hakim, 2016).

Diplomasi budaya memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat Indonesia, karena isu-isu yang berkaitan dengan Jepang saat ini sudah menjadi hal yang lumrah dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat Indonesia menjadi penasaran dengan budaya Jepang dan mulai menyelidiki dan serta mempelajarinya, khususnya kalangan anak muda Indonesia. The Japan Foundation mampu menunjukkan kekuatan budaya Jepang dengan menyelenggarakan acara pertunjukan budaya setiap tahun, dan partisipasi dalam semua acara ini terus berkembang. (Hakim, 2016).

C. Anime Festival Asia Sebagai Bagian Dari Diplomasi Budaya Jepang

Terhadap Indonesia

Soft power mengacu pada kapasitas negara untuk membantu suatu negara mencapai tujuannya dengan bujukan daripada paksaan, lebih berpotensi untuk menarik minat negara lain melalui budaya negara tersebut. Jepang memiliki reputasi lama sebagai negara dengan industri canggih dan struktur ekonomi yang kuat di panggung dunia. Kekuatan ekonomi yang menjadikan Jepang sebagai negara yang memiliki pengaruh signifikan dalam ekonomi global maupun penguasaan teknologi mutakhir yang diperlukan untuk menguasai pasar otomotif global merupakan contoh hard power yang dimiliki Jepang untuk menjalin hubungan diplomatik dengan negara lain. Sebaliknya, pengaruh Jepang dalam budaya populer mendapat perhatian yang cukup besar dan saat ini mendapat perhatian yang signifikan dari masyarakat internasional,

termasuk Indonesia, tanpa mengalami tekanan dalam pengadopsiannya. (Yowandika, 2022)

Jepang menjadi salah satu negara yang gencar mengembangkan produk-produk budaya yang diproduksi secara massal sebagai dampak dari pesatnya perkembangan budaya populer. Wujud salah satu kekuatan Jepang di era globalisasi adalah maraknya konsumsi barang-barang yang berbau budaya populer Jepang terkini di masyarakat Indonesia. Antusiasme masyarakat global yang besar terhadap budaya Jepang inilah yang memacu pemerintah Jepang untuk membuat strategi Cool Japan. Dengan memanfaatkan momentum positif tersebut, pemerintah Jepang mampu lebih mengembangkan potensi eksistensi budayanya dalam konteks global. Melalui daya pikat anime, salah satu budaya Jepang yang berhasil direpresentasikan dalam strategi Cool Japan. Industri anime adalah saluran lain yang digunakan Cool Japan untuk menyebarkan kesadaran akan budaya Jepang. Karena kebijakan Cool Japan mencakup berbagai macam produk, termasuk anime, manga, video game, film, musik, fashion, makanan, minuman, pariwisata, dan lainnya, ini melibatkan 45 pihak swasta selain 12 kementerian dan lima organisasi publik. Agar Kemenko Perekonomian, Perdagangan, dan Industri ikut andil dalam kebijakan ini sebagai penghubung global. (Widyatomo, dalam Yowandika, 2022)

Jepang menerapkan langkah atau inisiatif yang ditujukan untuk Indonesia sebagai bagian dari strategi Cool Japan. Anime Festival Asia (AFAID) adalah salah satu inisiatif Cool Japan yang dilaksanakan di Indonesia.

Pemerintah Jepang dapat mendukung industri kreatifnya di Indonesia melalui Anime Festival Asia, dan secara tidak sengaja dengan membantu para pelaku atau agensi industri kreatif Jepang untuk bersaing dalam skala dunia. Anime Festival Asia diselenggarakan di sejumlah negara, tidak semuanya diselenggarakan oleh pemerintah Jepang, tetapi juga oleh pihak swasta. Salah satunya adalah Indonesia Anime Festival Asia yang diselenggarakan oleh Sozo dan Dentsu bekerja sama dengan Sony, sebuah perusahaan hiburan asal Jepang. Dari tahun 2012 hingga tahun 2021 juga telah diadakan Anime Festival Asia di Indonesia walau di tahun 2020 sampai 2021 diselenggarakan secara online. (Novita, 2022)

Bagi para penggemar anime di Indonesia, tanggal 1 dan 2 September akan selalu dikenang sebagai hari dimulainya festival anime internasional terbesar, Anime Festival Asia Indonesia 2012 (AFAID 2012), yang sebelumnya telah diadakan di Singapura selama empat tahun berturut-turut, di Indonesia. Tempat penyelenggaraan AFAID 2012 adalah PRJ Hall A, JI Expo. AFAID 2012 menampilkan penampil J-Pop dari lagu-lagu anime terkenal dari penampilan Super Anisong Stage, termasuk 7!!, Bless4, Ichirou Mizuki, Lisa, Angela, Kotoko, Sea-A, dan Stereopony. Bintang tamu spesial dari komunitas otaku dan cosplay juga diundang dalam acara ini, antara lain Danny Choo, Vivian Wijaya, Kaname, Akatsuki Tsukasa, dan Richfield.

Pengunjung AFAID 2012 dapat berbelanja di area pameran yang memiliki banyak stand yang menjual berbagai pernak-pernik bertema anime

dan makanan khas Jepang, selain dihibur dengan musik dan cosplay. Selain itu, Moe Moe Kyun Maid Cafe dan Atelier Royale Butler Cafe terletak di area pameran dan menawarkan sambutan hangat dan layanan ramah kepada para tamunya. (Japanese station 2012)

Lebih dari 40.000 orang menghadiri Festival Anime Asia Indonesia perdana pada tahun 2012, yang berlangsung selama dua hari dan sukses besar. AFA kembali ke Indonesia untuk kedua kalinya pada tahun 2013 untuk membawa budaya Pop Jepang langsung dari Tokyo ke Jakarta sebagai tanggapan atas keberhasilan ini dan lonjakan popularitas Budaya Populer Jepang secara lokal. Anime Festival Asia Indonesia (AFA ID 2013) yang keenam, yang akan mempertahankan posisinya sebagai perayaan utama anime dan budaya populer Jepang, akan berlangsung di Plenary Hall Balai Sidang Jakarta Convention Center dari tanggal 6 hingga 8 September.

Penggemar anime dan budaya populer Jepang akan senang dengan deretan bintang anisong (lagu anime) Jepang yang menarik. Penawaran terbaik dan terbaru di Jepang dapat dilihat dari dekat, termasuk barang-barang original premium, pemutaran film, acara terkait cosplay, serta kafe pelayan dan pelayan. Ini akan serupa dengan berada di lingkungan Akihabara yang terkenal di Jepang.

Berdasarkan minat dan preferensi penonton Indonesia, AFA ID 2013 akan berkonsentrasi pada konten-konten yang disukai dan tren terkini. Ini adalah acara sampingan dari Anime Festival Asia, yang akan berlangsung di Singapura pada bulan November 2013 dan merupakan pameran budaya populer, anime, dan selebriti kontemporer Jepang terbesar dan paling dinantikan di Asia Tenggara. Acara ini

menyediakan acara, I Love ANISONG, AKIBA TOWN, COSPLAY EXTRAVAGANZA, dan AFA CAFE. (Anime Festival Asia, 2013)

Anime Festival Asia Indonesia (AFAID) 2014 akan berlangsung setelah tahun sebelumnya dihadiri 53.000 pengunjung. Melalui festival ketiga ini, Jakarta akan merasakan budaya pop Jepang Tokyo. Budaya negeri Sakura kini semakin populer di Indonesia. Plenary Hall dan Meeting Hall Jakarta Convention Center Convention Center, Senayan, Jakarta akan menjadi tuan rumah AFAID 2014 pada tanggal 15, 16 dan 17 Agustus. Festival ini akan mempertahankan posisinya sebagai acara Anime dan Budaya Pop Jepang terkemuka di Indonesia. Pengunjung dapat menikmati deretan penyanyi anisong (penyanyi lagu anime) di Festival ini yang siap mendukung Konser I Love Anisong, salah satu rangkaian acara di AFAID 2014.

Selain barang original terbaik, pemutaran film anime terbaru, acara cosplay (kostum anime), dan makanan lezat di kafe, pengunjung juga dapat menyaksikan langsung seniman-seniman yang berwisata dari Jepang dan menikmati karya-karya terbarunya. Tersedia konsep dari Jepang. Pada festival ini, para tamu akan mendapatkan kesan bahwa mereka sedang berada di lingkungan Akihabara yang terkenal di Jepang. Festival ini akan berlangsung di Singapura pada bulan Desember 2014 setelah Jakarta.

7 bintang Anisong, penyanyi solo, dan band JPOP ternama akan tampil di AFAID 2014. EGOIST, Eir Aoi, GARNiDELiA, Hachioji P, DJ KazuLuna Haruna, dan T.M.Revolution menjadi daya tarik utama konser tersebut. Mereka akan menampilkan musik dari berbagai serial anime ternama dari Jepang dan Indonesia. Selain pertunjukan musik, AFAID 2014 akan menyuguhkan beragam kegiatan ramah

pengunjung. Bagi yang senang berbelanja, bisa melengkapi koleksinya dengan produk anime otentik dari Kota Akiba dan sejumlah retailer ternama Jepang. (Ridwan, 2014)

Ajang budaya pop ternama di Indonesia, AFA ID (Anime Festival Asia Indonesia), akan kembali hadir untuk keempat kalinya pada tanggal 25, 26, dan 27 September 2015, menghadirkan pengalaman budaya pop Jepang langsung dari Jepang ke Indonesia. Tahun ini, AFA ID 2015 (Anime Festival Asia 2015) akan direlokasi ke JIExpo Kemayoran Jakarta agar bisa menampung lebih banyak peserta. 127 peserta pameran, 60.558 peserta, dan 16 sponsor menambah semarak acara tersebut. Delapan aksi konser live Anisong Jepang, termasuk FLOW, GARNiDELiA, Dj Kazu, LiSA, motsu, anno, Nagi Yanagi, dan fripSide, ditampilkan selama AFAID 2015. AFAID 2015 tahun ini menawarkan keseruan tambahan selain penampilan panggung yang dapat dinikmati di daerah pameran. Salah satunya adalah debut video game Jepang terbaru. .

Area pameran juga dipadati oleh stand-stand dari berbagai bisnis yang tergabung dalam salah satu budaya pop Jepang yang masing-masing menjual berbagai barang dan jasa terkait anime yang sangat disukai oleh para penggemar anime, antara lain action figure, official merchandise, CD dari pengisi suara anime, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan anime dan manga. Acara lainnya di berbagai stand di area pameran AFAID 2015 antara lain lomba mewarnai karakter anime ternama, lomba kreasi ekspresi pada action figure chibi, permainan kartu, video game anime, photo booth gratis dari

berbagai booth, dan masih banyak lagi. maskot terkenal dari seluruh dunia. animasi buatan Jepang. (Japanese station, 2015)

Anime Festival Asia Indonesia edisi 2016 berlangsung dari 16 September hingga 18 September di Jakarta International Expo Kemayoran, dengan bantuan 17 sponsor, 136 pameran, dan 61.953 pengunjung. Untuk konser Anisong, AFAID 2016 menampilkan 8 artis terbaik, antara lain Aimer, Bless4, Eir Aoi, ELISA, Lia livetune+, Maay Uchida, dan Nano. Mereka yang senang belajar dapat menentukan pilihan barang dagangan dan hal-hal anime dari merek terpilih yang dipilih sebagai asli dari kota Kota Akiba. Hadir juga untuk memeriahkan panggung AFAID 2016 adalah para cosplayer ternama dari seluruh dunia. Lebih dari 5.000 orang bisa duduk sekaligus di area panggung utama. Pengunjung khusus dari sektor hiburan anime, termasuk cosplayer, pengisi suara, dan produser akan tampil di area panggung utama. Pengunjung juga dapat melihat trailer film anime dan film tertentu di area panggung utama. Di Anime Festival Asia, pengunjung juga dapat merasakan pengalaman seru dan unik di kafe Meo Meo Kyu yang khas dan Atelier Royale Butler Cafe kelas atas. (Kaori Nusantara, 2016)

Karena penambahan promotor dari Anime Festival Asia, nama acara AFAID pada tahun 2017 diubah menjadi C3 AFA Jakarta. 50.080 orang menghadiri C3 AFA Jakarta 2017 dari tanggal 18 Agustus hingga 20 Agustus di Jakarta International Expo yang berlangsung meriah dengan 142 display dan didukung oleh 5 sponsor. Agar pengunjung dapat menikmati acara tersebut,

tahun ini dipisahkan menjadi tiga bagian: area tampilan khusus, area panggung, dan arena konser musik. Fhana, Konomi Suzuki, May'n, Tomohisa Sako, Kisidakyodan And The Akebosirockets, Kradness, Luna Haruna, dan Shiena Nishizawa adalah diantara delapan penyanyi anisong yang diundang oleh C3 AFA Jakarta 2017.

Selain para penyanyi anisong tersebut, hadir pula tamu istimewa yang diundang , seperti Angelyn, CLEANERO, Eve, Hiroaki Kato, Kozue Aikawa, Lazurite, Rika Ade, REDSHIFT, Saki Ono, Sakura Asahina, Satoshi Tsuruoka, SOBA, Takaaki Natsushiro, Toru Furuya, USAGI, yakko, Yasuaki Takumi, dan YUMI. mirip dengan kegiatan AFA sebelumnya di kafe AFA, kontes cosplay, dan pameran di Kota Akiba. Selain itu, ada lagi lomba menggambar bernama Duel Seni yang meminta peserta untuk mendemonstrasikan keterampilan komikus daerah Indonesia. Selain itu, ada acara temu sapa dengan cosplayer dari seluruh dunia.

Sebanyak 57.528 pengunjung menghadiri C3 AFA Jakarta 2018 dari 31 Agustus hingga 2 September di Indonesia Convention Exhibition (ICE), dihibur oleh 173 pameran, dan disponsori oleh 2 sponsor. C3 AFA Jakarta 2018 memiliki acara serupa dengan tahun sebelumnya, antara lain pameran Kota Akiba, kompetisi cosplay, dan konser Anisong dengan artis Jepang EGOIST, Ami Wajima, Konomi Suzuki, Megumi Nakajima, Mashiro Ayano, BAND-MAID, dan TRUE. Tahun ini ada yang baru namanya AFA Play, yaitu kegiatan bertema game. Pengunjung yang ingin memainkan game-game terbaru terbitan

Bandai Namco, seperti Soul Calibur 6, Shinobi Striker, dan Jump Force, berbondong-bondong mendatangi booth Bandai Namco di bagian ini. Stan Gaming Room by Republik Sultan yang dibuat oleh RGCi dan Doki-Doki Station juga akan memberikan hiburan bagi para penggemar game klasik atau retro. Pengunjung dapat menguji berbagai sistem game vintage dan game arcade terkenal di sini. Selain itu, Maya Putri Vtuber (Virtual Youtuber) pertama di Indonesia juga tampil spesial. Selain itu, ada Vlogger internasional Jepang Kizuna Ai. (Novita, 2022).

Namun acara C3 AFA atau Anime Festival Asia tidak diselenggarakan pada tahun 2019. Mengutip situs berita Antara, penyelenggara resmi AFAID memberikan penjelasan atas keputusan tersebut. Shawn Chin, direktur pelaksana SOZO PTE LTD Singapore, menyatakan bahwa acara tersebut perlu dihentikan agar dapat dievaluasi secara global, khususnya di Indonesia. AFAID tidak akan berlangsung pada 2019, meski menurut wawancara Antara, acara tersebut masih akan berbentuk dialog pada 2020. Pengadaan acara AFAID, menurut Mari Hendro, Managing Director PT Sozo Entertainment Indonesia, bergantung pada kondisi logistik negara yang semakin meluas. Ia juga mengatakan, AFAID akan istirahat sementara pihak penyelenggara mengawasi skenario ke depan. (Antara, 2018).

Anime Festival Asia (AFA), sebuah perayaan budaya populer Jepang, pertama kali berlangsung secara virtual di tahun 2020. melalui program online

"AFA STATION Festival Online Week". AFA STATION Festival Online Week hari pertama dimulai dengan acara promosi produk Akiba Town Online. Pemutaran ulang dapat diakses oleh penggemar budaya pop di situs web resmi AFA STATION. Situs web AFA STATION sekarang menawarkan kepada pemirsa 3 jam anime, game, dan materi terkait merchandise. Pemirsa dapat berpartisipasi dalam kuis interaktif langsung dengan hadiah yang berkaitan dengan budaya pop Jepang, yang dipandu oleh Reiko dan Ash. Menurut Antara, AFA STATION Festival Online Week akan memberi para penggemar akses melalui berbagai gadget mereka ke pengalaman festival di kota-kota seperti Jakarta, Singapura, Kuala Lumpur, dan Bangkok.

Nantinya, pada 5 dan 6 September, acara ini akan diulangi sebagai bagian dari jadwal Akhir Pekan Online Festival AFA STATION, dengan waktu mulai keduanya ditetapkan pukul 13.00 WIB. Jadwal 5 dan 6 September di AFA STATION menampilkan Love Live!, penampilan dari pengisi suara Nico Yazawa. Pengisi suara Sora Tokui dari Hiroto Kuga Chiharu Hokaze, anggota grup idola 22/7, hingga Gundam Build Divers Re: RISE Chiaki Kobayashi, dan virtual YouTuber (VTuber) Kiryu Coco. Anggota pemeran pengisi suara populer Wataru Hatano Gaku Yaotome Idolish7 dan Mibuchi Reo Kuroko no Basket juga akan membuat penampilan khusus di konser online-nya, Wataru Hatano - Online Live 2020 ReIntro, yang akan berlangsung pada 4 September 2020 di platform AFA STATION.

Item unik dan anime-game lainnya yang termasuk dalam AFA STATION Festival Online Week antara lain Genshin Impact, Honkai Impact 3, No Straight Roads, SINOALICE, dan lainnya. Selain itu, penggemar dapat melihat pratinjau produk dari produsen barang Jepang seperti Kotobukiya, Bandai Spirits, dan lainnya. Harga tiket early bird rangkaian acara AFA STATION adalah S\$9, sedangkan harga tiket reguler adalah SG\$12 atau Rp128.000.(VOI, 2020)

Acara Anime Festival Asia yang bertemakan Animeland akan berlangsung dari tanggal 21 hingga 22 Agustus 2021 secara online dan bekerja sama dengan PK Entertainment. Ini akan menampilkan berbagai penghibur dan merek dari Jepang dan Indonesia. Ada deretan penampil fenomenal Jepang yang tampil selama dua hari penuh di GoTix Stage virtual, termasuk duo akustik DEPAPEPE, pasangan rock/jazz fusion SUKIMA SWITCH, vokalis May'n, band rock indie RADWIMPS, dan boyband internasional JO1. Selain itu termasuk cosplayer Larissa Rochefort, Matchamei, KameAam, Punipun, dan Janine Intansari, idola virtual dari NIJI SANJI ID, artis Jepang Hiroaki Kato yang berakar di Indonesia, pembuat komik Krisanti Comics, dan masih banyak lagi yang akan datang. (AFA Station, 2021)

Food Court Virtual Go Food akan hadir di Animeland Festival 2021, menawarkan masakan Jepang dan kenang-kenangan lainnya dari mitra bisnis Go Food di Jabodetabek, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Medan, Palembang, dan Makassar. Platform goplay Cinema memungkinkan pemirsa

untuk menonton film Jepang, goplay Esports Arena memungkinkan mereka bersaing dengan yang terbaik, dan Cosplayer World Harajuku memungkinkan mereka bertemu dengan cosplayer lainnya. Last but not least, lihat Animeland Mall, di mana Anda memiliki 40 pilihan dari pengecer domestik dan asing. (AFA Station, 2021)

Terlepas dari kenyataan bahwa setiap negara kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang masyarakat, kehidupan sehari-hari, dan budaya Jepang, Jepang sendiri memiliki tujuan di balik penyebaran budaya populer. Pemerintah Jepang berupaya untuk mempromosikan budaya populer Jepang dalam upaya meningkatkan soft power Jepang. Pemerintah Jepang mengambil tindakan setelah menyadari anime dan manga kini dikonsumsi dalam skala global, termasuk dengan mengadakan “Japan International Manga Award”. "Japan International Manga Award" dimaksudkan untuk mendorong pertumbuhan anime dan manga serta memberikan pengaruh yang menguntungkan bagi pemerintah Jepang.

Maka dari itu Pemerintahan Jepang menghadirkan Anime Festival Asia untuk mempromosikan keberagaman Jepang yang luar biasa. Penyelenggaraan festival bertema budaya Anime Festival Asia yang berlangsung di Indonesia merupakan salah satu contoh kolaborasi antara pemerintah Jepang dan dunia usaha. Dengan membantu event kebudayaan Jepang di Indonesia, Indonesia telah menunjukkan dukungannya terhadap budaya Jepang. Kedutaan Besar Jepang di Indonesia mencetuskan konsep festival budaya Jepang yang dikenal

dengan Anime Festival Asia. Kedutaan Besar Jepang kini bertindak sebagai sekretariat perencanaan acara tersebut.

Jepang tidak hanya menggunakan Anime Festival Asia untuk mempromosikan budaya Jepang, tetapi juga menggunakannya sebagai alat untuk meningkatkan perekonomiannya. Sektor budaya populer, industri kreatif, dan pariwisata dinilai memiliki pasar potensial di Indonesia, menurut Kementerian Ekonomi, Perdagangan, dan Industri Jepang. (Ramawati dan Indrawati, 2022)

Kontribusi Anime Festival Asia terhadap pertumbuhan ekonomi Jepang tidak diragukan lagi merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap penyebaran budaya populer, namun pemerintah Jepang juga banyak menekankan pada sejumlah faktor lainnya. Salah satunya adalah pertukaran budaya yang dalam hal ini dilakukan oleh pemerintah Jepang sebagai bagian dari diplomasi budaya yang tujuannya adalah untuk memajukan masyarakat.

Pemerintah Jepang berharap diplomasi budaya dapat bermanfaat bagi negara dan warganya. Diplomasi budaya Jepang sangat menekankan pada diplomasi publik, yang pada akhirnya menjadikan masyarakat umum sebagai target audiens untuk mengetahui seberapa baik produk budaya anime dan manga populer akan diterima oleh masyarakat di negara target. Ketika masyarakat mulai memahami ciri-ciri masyarakat Jepang akibat meluasnya penggunaan produk anime dan manga ini, hal ini berdampak jangka panjang. Hal ini meningkatkan minat konsumen dan konsumsi barang-barang anime dan manga, yang meningkatkan perekonomian Jepang dengan cara lain.

Mungkin ada beberapa alasan mengapa pemerintah Jepang mempromosikan penyebaran anime dan manga, termasuk dua tujuan tersebut. (Erwindo, 2018)

Anime Festival Asia juga mengandung komponen soft power. Soft power ini ditunjukkan oleh dampak yang dirasakan pengagum budaya populer Jepang di Indonesia. Keputusan Jepang mengambil keputusan dan sikap perubahan yang matang terhadap soft powernya. Ketertarikan generasi muda Indonesia terhadap Jepang akan tumbuh sebagai hasil paparan budaya populer Jepang setiap harinya. Dan Jepang adalah tujuan yang bagus bagi anak muda Indonesia untuk belajar di luar negeri dan memperluas keahlian mereka. Jepang juga akan mendapatkan keuntungan dari meningkatnya minat dalam pendidikan Jepang. Akan ada peningkatan penggunaan standar pengajaran bahasa Jepang di Indonesia sebagai akibat dari meningkatnya minat Jepang terhadap pendidikan. Alumni dari Jepang yang pulang akan menggunakan institusi dan orang-orang untuk menyebarkan nilai-nilai mereka. (Ashari, 2022)

Anime Festival Asia Indonesia akan membantu masyarakat Indonesia membangun persepsi yang baik tentang negara Jepang sebagai negara yang memungkinkan pengunjung untuk membentuk opini positif terhadap Jepang sebagai negara yang dapat mengembangkan budayanya hingga saat ini dan hidup dengan budaya modern. Oleh karena itu, pemerintah Jepang menyatakan bahwa diplomasi budaya sama pentingnya dengan diplomasi politik dan ekonomi. Dalam hal ini, Anime Festival Asia menjadi salah satu sarana bagi mereka untuk menjaga hubungan diplomatik dengan pemerintah Indonesia dan

meraih dukungan publik. Dalam hal ini, Anime Festival Asia menjadi salah satu sarana bagi mereka untuk menjaga hubungan dengan pemerintah Indonesia dan mendapatkan dukungan dari masyarakat luas. Hal ini juga sesuai dengan tujuan kedua diplomasi budaya, yaitu mengembangkan pengetahuan baru dan kepekaan terhadap bangsa lain dalam rangka meningkatkan hubungan. Jepang mempresentasikan sektor kreatifnya kepada para wisatawan yang datang melalui Anime Festival Asia yang digelar di Indonesia. Selain itu, sebagai bagian dari salah satu prakarsa maid cafe mereka, penyelenggara Anime Festival Asia bekerja sama dengan anak muda dari Indonesia. (Novita, 2022)

Soft power diplomasi dalam latar budaya dapat mendorong peningkatan kerja sama dan interaksi budaya secara sukarela. Pemerintah Jepang menggunakan siklus budaya populer Jepang untuk meningkatkan posisinya di kalangan generasi muda Indonesia dalam situasi ini, yang merupakan semacam politik praktis jangka panjang bagi Jepang. Melalui budaya populernya, pemikiran dan perspektif Jepang akan terus berubah. Pemerintah Jepang akan mendapat manfaat lebih dari penciptaan sudut pandang yang lebih baik. Semakin mudah bagi Jepang untuk memajukan kepentingannya di Indonesia, semakin baik posisinya di sana. (Ashari, 2022)

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Jepang dan Indonesia telah menjalin hubungan kerja sama sejak lama. Namun seiring perkembangannya, Jepang memiliki tujuan tertentu dalam pikirannya sambil menerapkan strateginya dan membuat rencana. Ini karena ikatan sejarah yang rumit yang ada antara Jepang dan Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang pernah dijajah oleh negara Jepang sehingga menimbulkan persepsi buruk tentang Jepang di Indonesia. Jepang menggunakan kerja sama budaya sebagai strategi diplomasi untuk bekerja sama dengan pemerintah Indonesia. Dengan menciptakan hubungan kerja sama dengan negara Indonesia dan memanfaatkan kedua budaya khas mereka, Jepang dapat menggunakan ini untuk keuntungannya guna meningkatkan reputasinya setelah Perang Dunia II.

Jepang mengubah diplomasinya menjadi soft power sebagai akibat dari transformasinya dari negara yang memandang negara lain sebagai penyerang menjadi negara yang menghargai perdamaian, terutama melalui budayanya yang dikenal sebagai budaya pop Jepang. Seni kreatif yang baik dan beragam hadir dalam budaya pop Jepang, seperti manga, anime, game, j-music, drama, dan cosplay serta fashion harajuku. Budaya populer ini yang membuat penyebaran budaya Jepang menjadi mudah untuk diterima dan disukai. Berbagai festival, termasuk Anime Festival Asia (AFA) di Indonesia, juga

digunakan oleh Jepang untuk menyebarkannya. Anime Festival Asia memiliki semua konteks yang berhubungan dengan anime, pengisi suara anime yang diterbangkan dari Jepang khusus untuk acara tersebut, dan pameran yang hanya menampilkan barang-barang asli Jepang. Anime Festival Asia berisi semua latar belakang konten tentang anime. Kegiatan Anime Festival Asia di Indonesia dimulai pada tahun 2012 dan terus berlanjut hingga tahun 2021, dan setiap tahunnya minat pengunjung semakin meningkat sehingga jumlah sponsor yang mendukung kegiatan ini semakin meningkat. Meski acara Anime Festival Asia baru akan berlangsung secara online pada tahun 2020 dan 2021, namun banyak pecinta anime yang antusias untuk hadir.

Karena sifat Anime Festival Asia yang terbuka, yang memudahkan Jepang untuk melakukan diplomasi budaya terhadap Indonesia yang berpenduduk besar dalam hal memiliki ketertarikan terhadap budaya, maka Jepang dapat menggunakan Anime Festival Asia sebagai sumber informasi. soft power untuk mempengaruhi khalayak Indonesia. Budaya pop Jepang khususnya. Fakta bahwa budaya Jepang dapat memajukan bangsanya dan diterima oleh negara lain dalam diplomasi kooperatif merupakan bukti keberhasilan soft power Jepang.

Indonesia juga diuntungkan dengan mengikuti kegiatan tersebut, terutama dalam hal penyewaan tempat, menarik peserta asing yang mendongkrak devisa negara serta penerimaan pajak, dan membantu industri kreatif Indonesia dalam menjalin hubungan bisnis dan berkolaborasi dengan

industri kreatif Jepang. Indonesia juga mendapat manfaat dari faktor lain. Banyak anak muda di Indonesia yang tertarik menjadikan Jepang sebagai tujuan ideal mereka untuk menempuh pendidikan tinggi. Akan ada peningkatan penggunaan standar pengajaran bahasa Jepang di Indonesia sebagai akibat dari meningkatnya minat Jepang terhadap pendidikan. Pemuda dari Indonesia yang kembali dari Jepang akan menggunakan institusi dan orang-orang untuk menyebarkan nilai-nilai mereka.

B. Saran

Penelitian ini tidak atau belum sempurna karena hanya membatasi masalah pada diplomasi budaya yang dilakukan oleh Jepang melalui Anime Festival Asia dapat dilihat bagaimana Jepang memanfaatkan soft power untuk mendekatkan diri dengan negara Indonesia. Anime Festival Asia juga menjadi upaya dan strategi Jepang untuk memperkuat hubungan bilateral dengan Indonesia.

Dengan demikian peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi inspirasi bagi penelitian selanjutnya dalam topik yang sama.

Daftar Pustaka

Jurnal

Adam, Muhammad Fuad Rizal, Iqbal, Muhammad, Trihartono, Agus.2017.Gastrodiplomacy Jepang di Indonesia Melalui Program Japan Halal Food Project (JHFP) Tahun 2013-2015.E-SOSPOL.4-1

Anwar, Aufa Salsabila, Suwecawangsa, Adi P, dan Resen, Putu Titah Kawitri.Strategi Diplomasi Budaya Jepang Terhadap Indonesia Melalui Anime dan Manga Pada Tahun 2018-2021.

Ayu Novita, Riri.2020.Diplomasi Kebudayaan Jepang di Indonesia Melalui Anime Festival Asia Indonesia (AFAID).Jom FISIP.9-2

Destriyani, Sri Wulan, Andriyani Lusi, Usni.2020.Strategi Diplomasi Budaya Untuk Meningkatkan Ekspor Batik Indonesia Ke Jepang.INDEPENDEN:Jurnal Politik Indonesia Dan Global.1-2.<http://jurnal.umj.ac.id/index.php/independen>

Erwindo, Caraka Wahyu.2018.Efektivitas Diplomasi Budaya dalam Penyebaran Anime dan Manga Sebagai Nation Branding Jepang.Jurnal Analisis Hubungan Internasional, 7-2

Mustaqim, Sidik Ali.2018.Upaya Jepang Dalam Mempopulerkan Program Cool Japan Sebagai Nation Branding.eJournal Ilmu Hubungan

Internasional,2018,6(4):1405-1418.2477-2623.2477-2615.ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id

Nugraha, Happy.2017.Upayah The Japan Foundation Dalam Meningkatkan Hubungan Kerjasama Indonesia-Jepang Di Bidang Budaya.eJournal Ilmu Hubungan Internasional, 5-4. 1133-1148.2477-2623.2477-2615.ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id

Nuraini.2017. Diplomasi Kebudayaan Jepang Terhadap Indonesia Dalam Mengembangkan Bahasa Jepang.Jom FISIP 4-2.

Nye, Joseph.2004b.'When Hard Power Undermines Soft Power', New Perspectives Quarterly, 21(3), pp.13-15

Rahmawati,dan Indrawati.2022.Peran Diplomasi Kebudayaan Jepang dalam Perkembangan Perekonomian Jepang Melalui JAK Japan Matsuri di Indonesia Pada Tahun 20017-2019.Global Insight Jurnal.7-2

Safariani, Putri.2017.PENYEBARAN POP CULTURE JEPANG OLEH ANIME FESTIVAL ASIA (AFA) DI INDONESIA TAHUN 2012-2016.eJournal Ilmu Hubungan Internasional, 2017, 5 (3): 729 -744.2477-2623, 2477-2615, ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id

Seniwati, Ranti, Munif arif,dkk.2021.Kerjasama Jepang dan Indonesia.Hasanuddin Journal of International Affairs 1- 2.2774-7328, 2775-3336.

Yuliantini, Ni Putu Rai, Dimaswari, Ni Putu Mahadita.2021.Keuntungan Dan Kerugian Kerjasama Indonesia-Jepang Melalui Indonesia Jepang Economic Partnership Agreement Dalam Mengekspor Ikan Tuna Di Masa Pandemi Covid-19.Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha 9-3.<http://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPP>

Skripsi

Hakim, Irfan.2016.Peran Japan Foundation Dalam Menyebarluaskan Kebudayaan Jepang di Indonesia Tahun 2013-2015.Skripsi.Universitas Komputer Indonesia

Purba, Ade Lia BR.2021.Cool Japan Strategy Dalam Hubungan Diplomasi Jepang - Indonesia.Skripsi.Universitas Sumatera Utara

Yowandika, Gilang Ramadhan.2022.Upaya Diplomasi Publik Jepang Melalui Anime Dengan Menggunakan Strategi Cool Japan Terhadap Indonesia Tahun 2002-2017.Skripsi.Universitas Islam Indonesia

Website

Ashari, Alin Arfia.2022.Diplomasi Budaya Anime Sebagai Soft Power Jepang di
Indonesia.ResearchGate.<https://www.researchgate.net/publication/364342750>

AFA ID.2013.Anime Festival Asia Indonesia
2013.<https://animefestival.asia/afaid/index.html>

AFA Station News.2021.Animeland Festival 2021 Promises to be Indonesia's
Biggest Virtual Anime Event!.AFA Station
News.<https://afastation.com/blog/2021/08/18/animeland-festival-2021-promises-to-be-indonesias-biggest-virtual-anime-event/>

Antara.2018.Ini Alasan Dihentikannya Anime Festival Asia di
Indonesia.Antara.<https://www.antaraneews.com/berita/743735/ini-alasan-dihentikannya-anime-festival-asia-di-indonesia-revisi>

CNN Indonesia.2022..Sederet Makalah Proyek Kereta Cepat Jakarta-Bandung.CNN
Indonesia.<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220801110537-92-828623/sederet-masalah-proyek-kereta-cepat-jakarta-bandun>

Japan Foundation Jakarta.<https://ja.jpf.go.jp/id/introduction/index.html#culture>

Japaneses Station.2012.Liputan Anime Festival Asia Indonesia
2012.<https://japanesestation.com/events/event-coverage/liputan-anime-festival-asia-indonesia-2012>

Japaneses Station.2015.Anime Festival Asia Indonesia 2015 (AFA ID) Acara Anime
dan Budaya Jepang Terbesar Hadir Kembali di
Indonesia.<https://japanesestation.com/events/upcoming-events/anime-festival->

[asia-indonesia-2015-afa-id-2015-acara-anime-dan-budaya-pop-jepang-terbesar-di-asia-hadir-kembali-di-indonesia](#)

Kaori Nusantara.2016.Inilah Jajaran Artis I Love Anisong dan Bintang Tamu Anime Festival Asia Indonesia

2016.<https://www.kaorinusantara.or.id/newslines/60027/inilah-jajaran-artis-i-love-anisong-dan-bintang-tamu-anime-festival-asia-indonesia-2016>

Kreativv.2020.Ini Dia Sejarah Anime Hingga Sampai ke Indonesia.<https://kreativv.com/sejarah-anime-indonesia/amp/>

Lensa Indonesia.2014.Anime Festival Asia Indonesia 2014 Bakal Digelar di Indonesia.<https://www.lensaIndonesia.com/2014/06/10/anime-festival-asia-indonesia-2014-bakal-digelar-di-jakarta.html?amp=>

Saputra, Aditia.2021.Animeland, Festival Anime Virtual Terbesar 2021 di Indonesia Siap

Digelar.Liputan6.<https://www.liputan6.com/showbiz/read/4631034/animeland-festival-anime-virtual-terbesar-2021-di-indonesia-siap-digelar>

Voi.Anime Festival Asia 'AFA Station' 2020 Resmi Digelar Secara Virtual.2020.Voi.<https://voi.id/lifestyle/12511/anime-festival-asia-afa-station-2020-resmi-digelar-secara-virtual>