

**DIPLOMASI KEBUDAYAAN JEPANG DI INDONESIA MELALUI
THE JAPAN FOUNDATION TAHUN 2015-2018**

Oleh: Evan Sares Pratama

Evan Sares Pratama

Pembimbing: Faisyal Rani, S.IP. MA

Bibliografi : 28 Journals and E- Books, 6 Books, 12 Websites

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28294

Telp/fax. 0761-63277

ABSTRACT

This study aims to describe the development of the Japanese cultural sector which has undergone various policy changes since the Japanese era in building the empire, to the modern era where Japanese soft power is better known as 'cool japan'. Nowadays, the Japanese government is concerned about the cultural sector as well as military and economic interests.

This research is theoretically built using a constructivist perspective, with the theory of public diplomacy. The formulation of all arguments, data, facts, and theoretical frameworks in this study uses a qualitative explanation method. This study also uses the nation-state as the level of analysis.

This study aims to explain the form of Japanese cultural diplomacy carried out through The Japan Foundation. The Japan Foundation is an independent institution that is fully responsible for carrying out the objectives of Japanese cultural diplomacy overseas. The Japan Foundation has branch offices in various countries including Indonesia.

Keywords : Japan Fouundation, culture, cool japan, soft power

PENDAHULUAN

Kerjasama kebudayaan sangat penting bagi kepentingan nasional Jepang, yaitu sebagai pemulihan citra bagi negara yang pernah dijajahnya. Dalam memenuhi kepentingan nasionalnya ini, Jepang banyak mendirikan pusat kebudayaan Jepang melalui *The Japan Foundation* di negara-negara yang dianggapnya penting untuk memperkenalkan kebudayaannya di mata dunia.¹

Jepang menjadi salah satu negara yang gencar melakukan diplomasi publik dalam sektor kebudayaan. Hal ini terlihat dengan penggunaan beberapa budaya populer (popculture) seperti manga, anime, fashion maupun musik populer Jepang yang mulai mendapat perhatian dari *Ministry of Foreign Affairs Japan* (Kementerian Luar Negeri Jepang) sejak adanya perubahan struktur dalam Kementerian Luar Negeri Jepang. Disamping memiliki karakter yang unik dan latar belakang yang kuat serta menarik, kebudayaan Jepang dapat dikenal lebih luas oleh berbagai negara di dunia. Istilah-istilah seperti karate, sushi, takoyaki, bento, origami, harajuku, cosplay, manga dan anime menjadi suatu hal sangat populer dan tidak asing bagi setiap orang yang mendengarnya. Ketertarikan akan produk budaya Jepang tersebut bahkan dijadikan suatu hobi, gaya hidup bahkan profesi. Didirikannya rumah makan dengan masakan khas Jepang, banyaknya komunitas pecinta manga dan anime serta orang-orang yang menekuni manga sebagai profesi (mangaka) merupakan beberapa contoh

¹ Lubis, Mochtar. *Kekuatan yang Membisu: Kepribadian dan Peranan Jepang* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1981), 90

bagaimana budaya dapat berpengaruh terhadap kehidupan bermasyarakat.

Jepang mendirikan sebuah lembaga kebudayaan yang dikenal dengan nama *The Japan Foundation* pada bulan Oktober 1972 di Tokyo. Hingga saat ini, *The Japan Foundation* telah mendirikan 23 kantor yang tersebar di 21 negara di seluruh dunia. Hal ini juga termasuk empat institusi di Jepang, yaitu di Tokyo sebagai pusat kota, Kyoto karena dianggap sebagai pusat budaya Jepang, Kansai sebagai pengembangan bahasa Jepang, dan Urawa, serta tiga di antaranya di Amerika Serikat, yaitu satu di Los Angeles dan dua di New York. Untuk kawasan Asia Tenggara, *The Japan Foundation* telah memiliki lima kantor cabang, yaitu di Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Bangkok, dan Hanoi.

Diplomasi kebudayaan Jepang di Indonesia yang dilakukan *The Japan Foundation* melalui beberapa proses terlebih dahulu. Hal ini untuk melihat respon masyarakat Indonesia terhadap Jepang mulai dari tahun 1974 setelah peristiwa Malari sampai tahun 1979. Tujuannya untuk memberikan kontribusi bagi lingkungan internasional yang lebih baik dan untuk memelihara serta mengembangkan keharmonisan hubungan luar negeri Jepang. Hal ini menjadi keuntungan tersendiri bagi Jepang dalam mempertahankan hubungan baik dengan Indonesia.²

Diplomasi publik sektor kebudayaan menjadi sebuah alternatif lain untuk mendukung kepentingan nasional suatu negara. Seperti halnya negara Jepang dengan produk kebudayaan populernya yang dapat dikenal luas diberbagai negara seperti manga dan

² The Japan Foundation. "Nuansa". *Edisi Januari-Februari-Maret 2011*:1-3

anime. Saat ini manga dan anime telah menjadi sesuatu yang identik dengan Jepang. Seiring dengan hal tersebut, masyarakat Indonesia semakin mengenal dan tertarik pada Jepang baik di bidang ilmu pengetahuan, budaya maupun gaya hidup. Masyarakat seketika akan terbayang pada manga dan anime ketika berfikir tentang Jepang dan begitupun sebaliknya. Hal ini dapat dilihat pada sosok populer Doraemon. Masyarakat Indonesia sangat mengenal Doraemon dan mengakuinya dari mana ia berasal. Oleh karena itu tokoh yang berasal dari manga yang sangat sukses di Indonesia itu dijadikan icon duta diplomasi budaya Jepang.

Selama dua dekade terakhir, produk-produk budaya pop Jepang telah diekspor, diperdagangkan dan dikonsumsi besar-besaran secara global. Berbagai jenis dari produk-produk ini sangat mudah didapat di pasaran. Jepang menyadari perlu adanya keterlibatan internasional dengan negara-negara yang telah menganggapnya tidak baik, sehingga Jepang melakukan perdagangan internasional, selain ekonomi dan politik pemerintah Jepang juga melakukan keterlibatan internasional mengenai kebudayaan.

Menurut Hidetoshi Kato, istilah budaya populer Jepang lebih tepat disebut sebagai *taishuu bunka* atau budaya massa. Selain itu budaya pop juga erat dengan istilah *minshuu bunka* (budaya rakyat) dan *minzoku bunka* (budaya bangsa). Namun kedua istilah terakhir menurut Kato kurang tepat untuk menggambarkan budaya populer.³ Di Jepang sendiri saat ini *manga* masih merupakan hal yang

³ Richard Gid Powers dan Hidetoshi Kato. *Handbook of Japanese Popular Culture* (Westport: Greenwood Press, 1989), 17.

sangat populer di dalam kebudayaannya, dan menurut warga Jepang, *manga* adalah hal yang paling khas dan membuat kebudayaan ini terkenal hingga ke berbagai belahan dunia. Karena itulah, Jepang menggunakan *manga* dan *anime* untuk memperluas pengaruh Jepang di dunia internasional tanpa harus menggunakan jalan-jalan kekerasan yang saat ini merupakan suatu hal yang sangat bertentangan dengan konstitusi negara Jepang.

Fenomena *Anime* dan *Manga* pun memberikan ide baru bagi Pemerintahan Jepang, yakni dengan mengadakan *World Cosplay Summit* dan *International MANGA Award*. *Cosplay* adalah singkatan dari “*costume play*” yang dalam bahasa Jepang disebut sebagai “*Kosupure*”. Tujuan dari pengadaan *World Cosplay Summit* tersebut adalah untuk menciptakan pertukaran budaya Jepang oleh pemuda dengan dibantu oleh *anime* dan *manga* sebagai perangkatnya. Tujuan tersebut sejalan dengan kebijakan dari Kementerian Luar Negeri yaitu untuk meningkatkan pemahaman dan ketertarikan masyarakat Internasional terhadap Jepang melalui *pop culture*.

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah diatas, penulis mengambil pertanyaan penelitian yaitu ***Bagaimana Diplomasi Kebudayaan Jepang Di Indonesia Melalui The Japan Foundation Tahun 2015-2018?***
KERANGKA TEORI

Perspektif Konstruktivis

Penulis memilih perspektif konstruktivisme sebagai landasan pendekatan, karena konstruktivis menjelaskan bagaimana pola dan tingkah laku seorang aktor dalam hubungan dunia

internasional. Sebagai sebuah pendekatan, konstruktivis memfokuskan kepada kesadaran manusia dan tempatnya dalam hubungan internasional. Menurut Stefano Guzzini, dalam konstruktivis, struktur dan agen akan saling mempengaruhi. Agen menciptakan struktur dan struktur menciptakan penafsiran individu terhadap kenyataan sosial.⁴ Tidak seperti pendekatan realis yang memfokuskan diri kepada hal-hal material, dimana distribusi kekuatan material seperti kekuatan militer maupun ekonomi membentuk *balance of power* diantara negara dan menjelaskan perilaku dari negara. Penjelasan lainnya konstruktivis lebih mementingkan faktor immaterial daripada material.

Secara ontologis, konstruktivis menjelaskan bahwa struktur hubungan internasional adalah konstruksi sosial yang tidak ditentukan oleh aspek material, melainkan oleh penafsiran. Penafsiran atau ide melahirkan proses pemberian makna terhadap interaksi para aktor dalam lingkup waktu dan situasi tertentu, yang akhirnya membentuk *interest* dan identitas aktor.⁵ Konstruktivis sendiri berargumen bahwa aspek paling penting dari hubungan internasional adalah konstruksi sosial, yang melihat bahwa sistem internasional sebenarnya tidak muncul dengan sendirinya, tetapi merupakan kesadaran intersubjektif diantara manusia, dimana sistem internasional dibentuk oleh ide yang bersifat intersubjektif, bukan sekedar kekuatan material.⁶ Hal tersebut diperkuat

⁴ Stefano Guzzini, *Constructivism and the role of Institution in International Relations* (Copenhagen: Ed. Marco Clementi, 2003), 7.

⁵ Ibid hal. 2

⁶ R. Jackson dan G. Sorensen, *Pengantar Studi Hubungan Internasional* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 162.

dengan dua prinsip utama dari konstruktivis, pertama struktur dari asosiasi manusia ditentukan oleh *shared ideas* diantara para aktor dan bukan oleh sekedar kekuatan material, dan kedua bahwa identitas dan kepentingan dari aktor yang memiliki tujuan dibangun oleh ide-ide tersebut bukan tercipta dengan sendirinya.⁷

Dalam melihat kebijakan yang diambil negara, Konstruktivis mencoba untuk membangun hubungan di antara agen dan struktur, agen merupakan entitas yang memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan dan aksi dalam setiap konteks. Sedangkan struktur adalah seperangkat faktor yang menciptakan lingkungan dimana agen beroperasi, dan dapat membentuk pilihan-pilihan. Konstruktivis melihat bahwa agen dan struktur bersifat mutual konstitutif, dimana perilaku agen dapat membentuk struktur, serta struktur dapat mempengaruhi perilaku dari agen, dimana kebijakan luar negeri dapat dipahami baik secara umum dan khusus terhadap konteks.⁸

Teori Diplomasi Publik

Secara umum, dapat dikatakan, bahwa Diplomasi publik dimaknai sebagai proses komunikasi pemerintah terhadap publik mancanegara yang bertujuan untuk memberikan pemahaman atas negara, sikap, institusi, budaya, kepentingan nasional, dan kebijakan-kebijakan yang diambil oleh negaranya.⁹

⁷Alexander Wendt, *Social Theory of International Politics* (New York: Cambridge University Press, 1999), 1.

⁸ Alexander Wendt, *Social Theory of International Politics*, Op.cit, 1999, 171.

⁹ Hans Tuch, *Communicating With the World: US Public Diplomacy Overseas*, (New York: St Martin's Press, 1990), 3.

Jay Wang melihat diplomasi publik sebagai suatu usaha untuk mempertinggi mutu komunikasi antara negara dengan masyarakat. Dampak yang ditimbulkan meliputi bidang politik, ekonomi, sosial, dan dalam pelaksanaannya tidak lagi dimonopoli oleh pemerintah.¹⁰ Sementara itu, Jan Mellisen mendefinisikan diplomasi publik sebagai usaha untuk mempengaruhi orang atau organisasi lain di luar negaranya dengan cara positif sehingga mengubah cara pandang orang tersebut terhadap suatu negara.¹¹ Berdasarkan semua definisi itu, dapat dikatakan bahwa diplomasi publik berfungsi untuk mempromosikan kepentingan nasional melalui pemahaman, menginformasikan, dan mempengaruhi publik di luar negeri.

Jika dibandingkan, ada tiga perbedaan antara diplomasi publik dengan diplomasi yang sifatnya resmi (tradisional). Pertama, diplomasi publik bersifat transparan dan berjangkauan luas, sebaliknya diplomasi tradisional cenderung tertutup dan memiliki jangkauan terbatas. Kedua, diplomasi publik ditransmisikan dari pemerintah ke pemerintah lainnya. Ketiga, tema dan isu yang diusung oleh diplomasi resmi ada pada perilaku dan kebijakan pemerintah, sedangkan tema dan isu yang diangkat oleh diplomasi publik lebih ke arah sikap dan perilaku publik.

Dalam diplomasi publik, perlu dipahami bahwa proses diplomasinya

tidak hanya di luar negeri tapi juga di dalam negeri. Evan Potter mengatakan bahwa permasalahan diplomasi publik tidak hanya tantangan terhadap kebijakan luar negeri, tetapi juga merupakan tantangan nasional. Esensi dari diplomasi publik adalah membuat orang lain berada di pihak anda, sedangkan permasalahan dalam diplomasi publik adalah bagaimana mempengaruhi opini dan perilaku orang lain. Dalam hal ini, yang dimaksud orang bukan hanya pemangku kebijakan, tetapi juga khalayak atau publik.¹²

HASIL DAN PEMBAHASAN

PROGRAM KEBUDAYAAN THE JAPAN FOUNDATION DI INDONESIA

Program Bidang Pertukaran Seni dan Budaya Di Indonesia

Di bidang Pertukaran Seni dan Budaya, Japan Foundation bekerja untuk memperkenalkan beragam aspek budaya Jepang kepada dunia termasuk dari seni, musik, drama, dan film hingga mode dan desain¹³. Kontribusi kepada masyarakat internasional melalui seni dan budaya dilakukan dengan kolaborasi interaktif / produksi bersama, kerjasama, dan upaya pada isu-isu global bersama. Hal ini menciptakan peluang bagi orang-orang untuk berbagi pengalaman kreasi bersama dan pemahaman yang lebih baik mengatasi hambatan bahasa yang pada akhirnya memfasilitasi *people-to-people*

¹⁰ Jay Wang, "Public Diplomacy and Global Business," *The Journal of Business Strategy* (2006): 49-58.

¹¹ Jan Mellisen, "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice 3," dalam *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations*, (2005), 6.

¹² Evan Potter, *Branding Canada: Projecting Canada's Soft Power through Public Diplomacy* (Montreal: McGill-Queen's University Press, 2006), 14.

¹³ The Japan Foundation. (2016). *The Japan Foundation Annual Report 2015/2016*. Tokyo: The Japan Foundation Communication Center.

exchange. ada beberapa kategori dalam bidang pertukaran seni dan budaya yaitu: seni pertunjukan, festival, seni visual, publikasi, film dan siaran, serta kerjasama budaya¹⁴. Di bidang pertukaran seni dan budaya di Indonesia, ada beberapa program Japan Foundation, yaitu melalui promosi film dan festival Jak-Japan Matsuri.

Festival *Jak-Japan Matsuri*

Budaya Jepang saat ini dijadikan sarana diplomasi oleh pemerintah Jepang sebagai langkah untuk menjalankan kebijakan luar negeri secara lancar dan efektif. Hal ini penting dilakukan untuk mempromosikan sebuah pemahaman Jepang dikalangan masyarakat internasional dan untuk meningkatkan kesan dan daya tarik terhadap Jepang, sebagai tambahan untuk menarik langsung pembuat kebijakan di negaranegara lain. Salah satu bentuk kerja sama antara pemerintah Jepang dan pihak swasta terlihat dalam penyelenggaraan festival bertemakan budaya, *Jak-Japan Matsuri* yang diadakan di Indonesia pada tahun 2009 dalam rangka memperingati 50 tahun hubungan diplomatik Indonesia dan Jepang, diselenggarakan sebuah festival yang bernama *Jakarta-Japan Matsuri*, sebuah festival yang dibentuk oleh warga Jepang yang tinggal di Indonesia dan dibantu oleh pemerintah DKI Jakarta.

Pada pelaksanaannya *Jakarta-Japan Matsuri* ini tidak dilaksanakan oleh kedutaan besar Jepang secara langsung, namun dijalankan oleh sebuah komite tersendiri. Dari komite tersebut, ada

¹⁴ The Japan Foundation. (n.d.). *Arts and Cultural Exchange*. Retrieved April 24, 2017, from The Japan Foundation Official Website: <https://www.jpf.go.jp/e/project/culture/index.html>.

keterlibatan dari Japan Foundation, walaupun tidak selalu menjadi pengisi acara. Komite itu sendiri terdiri dari komunitas-komunitas, atau kelompok-kelompok Indonesia yang terkait dengan Jepang. Jadi *Jakarta – Japan Matsuri* tidak secara khusus dijalankan oleh Kedutaan Besar Jepang, namun komite terkait sering berkumpul dan berkantor di kedutaan. Dimana pelaksanaan *Jakarta-Japan Matsuri* berdasarkan bulan musim panas di Jepang, antara bulan Juni atau Juli dan festival ini berlangsung selama satu minggu penuh.

Acara *Jakarta-Japan Matsuri* terbagi dalam tiga rangkaian acara, yaitu pembukaan/opening ceremony, *Japan Week* dan penutupan/closing ceremony. Pembukaan/opening ceremony dilaksanakan pada hari pertama yang dilaksanakan khusus untuk para undangan, *Japan Week* dilaksanakan selama satu minggu yang mana dalam acara ini lebih menekankan pada *workshops* kebudayaan-kebudayaan Jepang, dan penutupan dilaksanakan pada hari terakhir setelah *Japan Week* yang mana penutupan ini menjadi puncak dari rangkaian acara. Pada *closing ceremony* masyarakat umum dapat melihat langsung pelaksanaan *matsuri* atau festival Jepang. Dalam *closing ceremony* tersebut disediakan booth yang menampilkan, mempromosikan dan menjual produk-produk Jepang. Dalam hal ini, Pemerintah Jepang melalui *Japan National Tourism Organization (JNTO)* mempromosikan pariwisata mereka kepada masyarakat. Selain itu, dalam *closing ceremony* ini terdapat penampilanpenampilan kebudayaan jepang baik kebudayaan tradisional seperti *mikoshi* atau budaya populernya seperti *J-POP* dan menampilkan para *Cosplayers* yang

bergaya layaknya tokoh-tokoh dalam serial anime Jepang.

Program Bidang Pendidikan Bahasa Jepang Luar Negeri Di Indonesia Melalui Nihongo Partner

Pada bidang Pendidikan Bahasa Jepang di Luar Negeri atau bidang Bahasa lebih difokuskan pada pendidikan dan pengajaran Bahasa Jepang. Bidang ini bertujuan untuk memudahkan belajar dan mengajar bahasa Jepang oleh orang-orang dari negara lain. Japan Foundation mengembangkan dan membangun infrastruktur untuk menyediakan bahasa Jepang di luar negeri. Japan Foundation juga berkoordinasi dengan lembaga pendidikan dan pemerintah di negara dan wilayah lain dalam memberikan dukungan yang efektif untuk memenuhi kebutuhan lokal.

Jepang sedang berusaha meningkatkan hubungan dengan negara bekas jajahannya di Asia dan khususnya di Asia Tenggara. Jepang mengutamakan kerjasama dengan Asia Tenggara karena mempunyai tujuan ingin memakmurkan kawasan Asia terutama menggunakan diplomasi publik melalui kebudayaan. Dalam kerjasama kebudayaan Jepang-ASEAN, Jepang membuat proyek yang dinamakan Proyek WA/ "WA Project". Proyek WA diluncurkan pada KTT Peringatan ASEAN-Jepang pada Desember 2013 untuk berkontribusi dalam menciptakan dan memperluas harmoni dan perdamaian di seluruh Asia menuju masa depan yang cerah. Dalam melaksanakan kegiatan tersebut, ASIA Center telah didirikan oleh Japan Foundation untuk melaksanakan berbagai kegiatan dalam rangka mempromosikan dan memperkuat pertukaran budaya antara Jepang dengan negara-negara di kawasan Asia. Indonesia dan Jepang

memiliki kesamaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai budaya. Selain itu, Jepang juga memilih Indonesia sebagai partner untuk melakukan diplomasi publik, khususnya dalam program Nihongo Partner¹⁵.

Program Nihongo Partner di Indonesia sebagai strategi diplomasi publik Jepang adalah program Pemerintah Jepang melalui Japan Foundation yang berada dalam lingkup divisi Bahasa yang membawa bantuan ahli untuk membantu dan memperluas pendidikan bahasa Jepang ke sekolah menengah di negara-negara Asia, khususnya Tenggara Asia. Program ini pertama kali dicetuskan oleh Perdana Menteri Jepang Shinzo Abe pada KTT Asean 2014 untuk menciptakan Asia-interaktif dalam sebuah "Wa Project" yang berarti 'Harmoni'.

Pelaksanaan program ini dilakukan oleh Pemerintah Jepang dalam upaya mempromosikan bahasa Jepang ke negara-negara di Asia Tenggara. Dan setiap tahun Jepang melakukan survei spesialisasi dari masyarakat asing mengenai budaya Jepang. Program Nihongo Partner di Indonesia dilaksanakan bekerja sama dengan kedua pemerintah Jepang melalui Japan Foundation yang mewakili Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Olahraga, Sains dan Teknologi Jepang dan Indonesia, diwakili oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Menengah, Kementerian Pendidikan dan Budaya. Pada tanggal 3 Juli 2014, kedua belah pihak menandatangani MoU Program Asisten

¹⁵ The Japan Foundation. Program NIHONGO Partners di Indonesia Asia Center – The Japan Foundation, Jakarta. <http://www.jpff.or.id/> (Diakses pada 9 Desember 2020)

Pengajar Bahasa Jepang "The WA Projects" di bidang Nihongo Partner. Pengaturan pelaksanaan kerjasama kedua negara mengacu pada nota kerjasama yang telah ditandatangani pada 5 Juli 2012. Para pihak yang terlibat diharapkan dapat menerapkan prinsip saling pengertian, kemanfaatan, hormat dan kesetaraan.

Program ini diselenggarakan sejak tahun 2014 dan akan berlangsung hingga tahun 2020. Nihongo Partner merupakan bagian dari proyek besar pemerintah Jepang. Misi program Nihongo Partner adalah mengirim warga Jepang sebagai tenaga *Native Speaker* Bahasa Jepang ke berbagai lembaga pendidikan di negara-negara ASEAN untuk menjadi mitra (Partners) Guru Bahasa Jepang dan Siswa selama kurang dari satu tahun. Di Indonesia sendiri, pengiriman para *Partners* diutamakan ke SMA dan SMK yang mengajarkan Bahasa Jepang. Sekolah penerima program Nihongo Partner ditetapkan atas persetujuan bersama The Japan Foundation Jakarta dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI (Kemdikbud). Sebelum disetujui dan ditetapkan, sekolah akan melalui proses seleksi terlebih dahulu¹⁶.

Program Bidang Studi Jepang Melalui *Academic Exchange*

Program-program di bidang ini diharapkan dapat mendorong pemahaman yang lebih baik tentang Jepang dengan mendukung dan mempromosikan studi Jepang di luar negeri. Untuk mendukung

¹⁶ The Japan Foundation Annual Report. NIHONGO Partners to accelerate Japanese-language Learning. Getting to know more about the Japan Foundation, https://www.jpf.go.jp/e/about/result/ar/2016/02_03.html (Diakses pada 9 Desember 2020)

para sarjana dalam Studi Jepang, Japan Foundation menyelenggarakan proyek kolaboratif dan simposium untuk memperdalam dialog di antara para ahli di berbagai negara. Hal ini mempromosikan dialog tentang masalah internasional bersama dan mengembangkan sumber daya manusia yang dapat memainkan peran kunci dalam dialog masa depan. Bidang ini memiliki beberapa kategori kegiatan, yaitu: *Japanese Studies Fellowships, Program Intellectual Exchange, Support for Japanese Studies, dan Center for Global Partnership Programs (CGP)*. Beberapa program sebelumnya dan proyek bidang Studi Jepang dan *Academic Exchange* antara lain Simposium Peringatan 40 Tahun The Japan Foundation *Symposium Transcending Borders: New Trends in International Cultural Exchange, JENESYS East Asia Future Leaders Programme, Youth Exchange, and Library Support Program*¹⁷.

Pemerintah Jepang menilai bahwa dalam dunia globalisasi, peran masyarakat dalam hubungan internasional terus meningkat sehingga diplomasi saat ini tidak hanya melibatkan aktor negara, tetapi juga aktor non negara. Diplomasi ini mengacu pada diplomasi publik, menempatkan masyarakat sebagai aktor penting untuk mempererat hubungan bilateral. Bagi Jepang, diplomasi publik harus tentang membangun kemitraan, menemukan kesamaan, dan menunjukkan mengapa Jepang adalah negara yang hebat.

¹⁷ The Japan Foundation Japanese Studies and Intellectual Exchange[Dialogue], <https://www.jpf.go.jp/e/project/intel/> (Diakses pada 9 Desember 2020)

Indonesia dan Jepang tidak berada dalam situasi yang simetris dalam pengembangan sumber daya manusia. Meskipun Indonesia memiliki jumlah penduduk usia produktif tertinggi, namun negara ini kekurangan sumber daya manusia yang mumpuni. Indonesia diprediksi akan mendapatkan bonus demografis ketika jumlah penduduk usia produktif lebih banyak daripada lansia pada tahun 2030-an. Namun akan menjadi bencana demografis jika Indonesia tidak dapat menanganinya dengan baik. Sebaliknya, Jepang dikategorikan sebagai bangsa yang sangat tua. Laporan ringkasan Sensus Nasional 2015 menunjukkan bahwa jumlah lansia yang berusia 65 tahun ke atas mencapai 26,7 persen dari total populasi 127,11 juta¹⁸.

Populasi Jepang yang menua akan memberikan tekanan besar pada ekonomi dan masyarakat negara. Negara sangat membutuhkan pekerja usia produktif untuk mempertahankan kinerja ekonominya yang tinggi di masa depan. Memiliki bonus demografi, Indonesia berpotensi menyediakan tenaga kerja tersebut untuk Jepang. Namun negara menghadapi tantangan besar dalam pengembangan sumber daya manusia, terutama di tingkat pendidikan. Penduduk Indonesia yang bekerja tertinggi masih berada pada persentase terendah dibandingkan dengan jenjang pendidikan rendah lainnya. Kondisi tersebut

berdampak pada masalah pengangguran, setengah pengangguran, dan kemiskinan. Kebijakan pemerintah yang mengalokasikan anggaran 20 persen untuk pendidikan sejak 2010 tidak memenuhi persyaratan nasional untuk kualitas sumber daya manusia yang lebih tinggi di Indonesia. Oleh karena itu, Indonesia harus mengupayakan hubungan internasional yang strategis untuk mendorong pertukaran pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

SIMPULAN

Diplomasi budaya menjadi tanggung jawab MOFA bersama dengan Japan Foundation, lembaga ini bertanggung jawab atas dimensi internasional dari kebijakan budaya Jepang. Japan Foundation secara rutin menyoroti kemampuan budaya Jepang dan memberikan tanggung jawab tentang popularitas budaya Jepang di luar negeri. Perubahan negara Jepang dari negara yang dianggap agresor menjadi negara yang cinta damai membuat Jepang merubah diplomasinya menjadi *soft power* yaitu melalui budayanya.

Pemerintah Jepang semakin menyadari kemungkinan yang ada dalam mempromosikan budayanya dan secara bertahap mengubah sikapnya terhadap peran konstruktif yang dapat dimainkan budaya bagi Jepang. Jepang sedang memulai ekspor budaya negaranya untuk mendapatkan manfaat ekonomi dan mungkin menumbuhkan apresiasi positif negara di luar negeri. Pergeseran ini sangat signifikan dalam kasus Asia, di mana kenangan traumatis dari perang dengan Jepang masih tersisa.

¹⁸ Yoshida, Reiji, 2016. "Japan Census Report Shows Surge in Elderly Population, Many Living Alone", The Japan Times, June 29 [online]. in <https://www.japantimes.co.jp/news/2016/06/29/national/japan-census-report-shows-surge-elderlypopulation-many-living-alone/#.WzGR-EiFPIU> (Diakses pada 9 Desember 2020)

Pengalihan kebijakan budaya Jepang kembali ke Asia sangat penting karena generasi muda di sana dapat membentuk citra mereka tentang Jepang tidak hanya dari buku teks sejarah atau dari retorika pemimpin Jepang dahulu, tetapi juga melalui konsumsi budaya populer Jepang, yang menghadirkan gambaran yang lebih bersahabat tentang negara ini. Dalam konteks ini, budaya sekali lagi dilihat sebagai alat yang dapat dikelola untuk memajukan kepentingan negara di luar negeri, kali ini dengan cara yang lebih eksplisit dan lebih lunak.

Upaya-upaya diplomasi publik Jepang ke Indonesia melalui Japan Foundation dapat disimpulkan dalam berbagai program yang merupakan perwujudan dari diplomasi publik tersebut. Terdapat tiga program utama Japan Foundation, pertama adalah program pertukaran seni dan budaya Jepang. Kedua, program pengenalan bahasa Jepang diluar negeri. Ketiga, program pertukaran studi dan pendidikan Jepang.

Pertama yaitu melalui program pertukaran seni dan budaya, Jepang memperkenalkan kebudayaan Jepang melalui penyelenggaraan pameran, maupun festival. Beberapa programnya promosi film yang didalamnya terdapat agenda seperti festival film, movie screenings, dan cinema caravan. Selain itu juga ada kegiatan festival jak-japan matsuri. Penyelenggara program adalah Japan Foundation sebagai representasi pemerintah Jepang, dan berbagai komunitas terkait, organisasi non-profit, hingga media yang berperan dalam menyebarkan informasi terkait program kepada masyarakat.

Kedua, Diplomasi publik Jepang melalui pengenalan bahasa Jepang diluar negeri menggunakan program *Nihongo Partner* sebagai strategi untuk merubah *nation branding* Jepang mempunyai tahapan yaitu, pertama yayasan Jepang mendirikan cabang di Indonesia tepatnya di Jakarta, kemudian Japan Foundation sesuai arahan pemerintah Jepang menghubungi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan sebagai wakil Indonesia. Kemudian pembuatan MoU antara pemerintah Jepang dan Indonesia. Melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan karena berfungsi sebagai jembatan sekolah menengah yang didalamnya terdapat bahasa asing Jepang di Indonesia. Kemudian tahap selanjutnya adalah pengiriman *native speaker* dari Jepang yang sebelumnya sudah disaring terlebih dahulu karena ada persyaratan dan juga registrasi oleh pihak sekolah.

Ketiga, Japan Foundation mendukung program beasiswa studi di Jepang dalam program *academic*. Mengenai pertukaran akademik, Japan Foundation menawarkan program *Japanese Studies Fellowship Program*, *Grant Program for Japanese Studies Projects*, *Grant Program for Intellectual Exchange Conference*, *Grant Program for International Exchange by Youth and Community Leaders*, dan *Japan Foundation Summer Institute*. Selain itu, Japan Foundation juga berperan sebagai media yang menyebarkan informasi program beasiswa perguruan tinggi di Jepang kepada masyarakat Indonesia. Japan Foundation menggelar pameran khusus yang menyajikan informasi mengenai persyaratan dan ketentuan yang diperlukan untuk mendapatkan tunjangan pendidikan untuk dapat melakukan studi di Jepang.

Referensi

JURNAL, E-BOOK, DAN ARTIKEL ILMIAH

Alexander Wendt, *Social Theory of International Politics* (New York: Cambridge University Press, 1999)

———, “Anarchy is What States Make of It: The Social Construction of Power Politics,” dalam *International Organization: A Reader*, ed. Friedrich Kratochwil dan Edward D. Mansfield (New York: Harper Collins College Publishers, 1994)

Anggi Meisyarah dan M.Saeri. “Kebijakan Jepang Menggunakan Manga sebagai Salah Satu Sarana Diplomasi Kebudayaan Terhadap Indonesia Tahun 2005-2010”. *Jurnal Transnasional* 3, no. 1 (2011)

B. White, “Diplomacy,” dalam *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations*, ed. J. Baylis dan S. Smith (New York: Oxford University Press, 1997)

Bunkacho⁷, Wagakuni no Bunkyou Shisaku [Our Country’s Education Policy], Bunkacho⁷gakusho Hakusho Detabesu [White Paper Database], 1993

Caprio, E. Mark, *Japanese Assimilation Policies in Colonial Korea 1910–1945*, (Seattle: University of Washington Press, 2009)

Christian Reus-Smit “Constructivism,” dalam *Theories of International Relations*, ed. Scott Burchill et.al (New York: Palgrave, 2003)

Cynthia Weber, *International Relations Theory: A Critical Introduction* (New York: Routledge, 2001)

Catherine Marshall dan Gretchen B. Rossman, *Designing Qualitative Research 2nd Edition* (California: Sage Publication, 1994)

Evan Potter, *Branding Canada: Projecting Canada's Soft Power through Public Diplomacy* (Montreal: McGill-Queen’s University Press, 2006), 14.

Goodman, Grant K. (ed.), *Japanese Cultural Policies in Southeast Asian during World War 2*, (London: Macmillan Press, 1991)

Hans Tuch, *Communicating With the World: US Public Diplomacy Overseas*, (New York: St Martin’s Press, 1990)

Jay Wang, "Public Diplomacy and Global Business," *The Journal of Business Strategy* (2006)

Jan Melissen, "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice 3,"

dalam *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations*, (2005)

Review.

BUKU

Anggoro, K. (1987). Tentang Barry Buzan. Suatu Pendekatan Holistik Ke Arah Teori Keamanan Nasional. *Jurnal Ilmu Politik* 2.

Burchill, S. (2005). *Theories of International Relations. Third Edition*. new york: Palgrave Macmillan.

Holsti, K. (1992). Governance without government: Polyarchy in nineteenth-century European international politics. (J. R. (Eds.), Ed.) *Governance without Government: Order and Change in World Politics*.

Jackson, R., & Sorensen, G. (2013). *Pengantar Studi Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Mas'oed, M. (2013). *Ilmu Hubungan Internasional Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: LP3ES.

Perwita, A. A., & Yanyan, M. (2005). *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Yani, Y., & Montrama, I. (2017).

Pengantar Studi Keamanan. Malang: Intrans Publishing.

WEBSITE

Japan's Ministry of Foreign Affairs. 2006. "A New Look at Cultural Diplomacy:

A Call to Japan's Cultural Practitioners.", [http://www.mofa.](http://www.mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html)

[go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html](http://www.mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html) (diakses pada 11 Desember 2020)

Japan's Ministry of Foreign Affairs. 2006. "A New Look at Cultural Diplomacy:

A Call to Japan's Cultural Practitioners.", [http://www.mofa.](http://www.mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html)

[go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html](http://www.mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html) (diakses pada 11 Desember 2020)

Martoredjo, Sidharta, 2007. "PERSADA, the Domestic Partner of Japan / ASCOJA, the ASEAN Region Partner of Japan" [online]. in http://www.studyjapan.go.jp/en/ath/ath03e_06.html (Diakses pada 9 Desember 2020)

Kholisuddin, "Peran Japan Foundation dalam Diplomasi Kebudayaan Jepang di Indonesia Tahun 2011-2013," Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Official Website (26 August 2014): 54-55,

<http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/9624> (Diakses pada 9 Desember 2020)

The Japan Foundation. (n.d.). *Arts and Cultural Exchange*. Retrieved April 24, 2017, from The Japan Foundation Official Website:

<https://www.jpf.go.jp/e/project/culture/index.html>.

The Japan Foundation, Jakarta. (n.d.). *Our Office*. April 22, 2017, from The Japan Foundation, Jakarta Official Website: <http://www.jpf.or.id/en/office/>

The Japan Foundation, Jakarta. (n.d.). *The Japan Foundation, Jakarta Facebook Fanpage*. Facebook: <https://web.facebook.com/JFJakarta/posts>

Embassy of Japan in Indonesia. (2015, November 19). *Japanese Film Festival "Nikmati Film Jepang Terkini! Pekan Film dan Animasi Jepang Terbesar di Indonesia 2015"*. Retrieved April 29, 2017, from Embassy of Japan in Indonesia Official Website: http://www.id.emb-japan.go.jp/news15_47.html

The Japan Foundation. Program NIHONGO Partners di Indonesia Asia Center —
The Japan Foundation, Jakarta.

<http://www.jpf.or.id/> (Diakses pada 9 Desember 2020)

The Japan Foundation Annual Report. NIHONGO Partners to accelerate Japanese-language Learning. Getting to know more about the Japan Foundation, https://www.jpf.go.jp/e/about/result/ar/2016/02_03.html (Diakses pada 9 Desember 2020)

The Japan Foundation Japanese Studies and Intellectual Exchange[Dialogue], <https://www.jpf.go.jp/e/project/intel/> (Diakses pada 9 Desember 2020)

Yoshida, Reiji, 2016. "Japan Census Report Shows Surge in Elderly Population, Many Living Alone", The Japan Times, June 29 [online]. in <https://www.japantimes.co.jp/news/2016/06/29/national/japan-census-report-shows-surge-elderlypopulation-many-living-alone/#.WzGR-EiFPIU> (Diakses pada 9 Desember 2020)