

**DIPLOMASI KEBUDAYAAN JEPANG DI INDONESIA MELALUI ANIME
FESTIVAL ASIA INDONESIA (AFAID)**

Author : Riri Ayu Novita

(email: riri.ayu2088@student.unri.ac.id)

Pembimbing : Dr. Mhd. Saeri, M. Hum

Bibliografi : 17 Buku, 10 Jurnal, 4 Laporan, 27 Website

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. HR Soebrantas km. 12,5 Simp. Baru – Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

This study analyzes how Japan's cultural diplomacy through Anime Festival Asia utilizes the power of soft power. Japan, which experienced defeat after World War II, changed the image of their country, which no longer uses hard power but rather uses soft power to build relations with other countries through the spread of popular culture. The purpose of this study is to see how Japan's efforts to carry out cultural diplomacy through the Anime Festival Asia event in Indonesia.

This study uses a qualitative method, with data collection techniques through literature study sourced from several books, journals, articles, websites. This research uses Constructivism perspective and Cultural Diplomacy theory.

The results of this paper indicate that Japan as a country has succeeded in building better cooperation using Soft Diplomacy in a cultural context, through the spread of Japanese pop culture which is in demand by teenagers in Indonesia. This success can be seen at the Anime Festival Asia Indonesia (AFAID) which is the largest Japanese pop culture event in Indonesia, this activity shows success and benefits for both countries.

Keywords: *soft diplomacy, Popular Culture, Anime Festival Asia, Indonesia.*

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman membuat pola interaksi antara aktor hubungan internasional dalam dunia telah mengalami perubahan. Kekuatan militer yang biasa disebut *hard power* tidak lagi menjadi kekuatan satu-satunya bagi sebuah negara. Munculnya kekuatan baru yaitu *soft power*, yang merupakan kemampuan untuk mendapatkan apa yang dikehendaki dengan mengajak dan menarik simpati orang lain, sehingga orang lain dapat sama-sama mewujudkan keinginan kita.¹ Adanya *soft power* negara-negara mulai berusaha untuk menunjukkan pengaruhnya dengan mempresentasikan lewat media-media tertentu. Presentasi *soft power* biasanya bisa efektif ketika mengandung tiga sumber yaitu budaya, kerjasama dan nilai-nilai.² Penggunaan *soft power* itu sendiri dapat dilakukan bukan hanya oleh aparatur negara saja, namun juga oleh aktor non-negara yang diantaranya menggunakan budaya sebagai *soft power* yang ditunjukkannya.³

Jepang menjadi salah satu negara yang dikenal karena *soft power* yang sangat kuat. Hal ini bermula saat negara Jepang mengalami kondisi keterpurukan ekonomi karena kekalahannya dalam perang dunia dua.

Maka dari itu pemerintahan Jepang berupaya untuk meningkatkan perekonomian dan memperbaiki citra negaranya dengan cara melakukan pendekatan kerjasama ekonomi dan kebudayaan. Pertumbuhan budaya Jepang yang begitu kuat dan pesat menjadikannya sebuah alat yang begitu efektif digunakan oleh pemerintah Jepang terutama dalam memasukan pengaruhnya terhadap negara lain. Hal ini terlihat pada saat memasuki Tahun 1980-an hingga 2000-an, film anime Jepang seperti *Dragon Ball*, *Gundam*, *Akira*, *Seint Seiya*, *Doraemon*, *Ninja Hatori*, *Sailor moon*, *Pokemon*, dan lain - lain menjadi sangat populer di kalangan anak muda di Amerika, Eropa dan Asia.⁴ Sehingga penggunaan beberapa budaya populer (*pop culture*) Jepang yang mulai mendapat perhatian dari *Ministry of Foreign Affairs Japan* (MOFA atau Kementerian Luar Negeri Jepang) digunakan sebagai alat diplomasi oleh pemerintahan Jepang.

Budaya populer Jepang mulai masuk ke Indonesia pada tahun 1990-an dan menjadi digemari oleh kalangan muda, hal ini dapat dilihat dengan terbit dan tayangnya *Anime* dan *Manga* seperti *Sailor Moon*, *Dragon Ball*, *Pokemon*, *Digimon*, dan sebagainya sehingga memiliki penggemar setia di Indonesia. Hingga

¹ Mohammad Soelhi, *Diplomasi: Praktik Diplomasi Komunikasi Internasional*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011), hal 83-84.

² Ibid, hal 63.

³ Joseph S. Nye. *Understanding International Conflicts* 7ed. (New York : Pearson, 2009), hal 63.

⁴ Putri Safariani, PENYEBARAN POP CULTURE JEPANG OLEH ANIME FESTIVAL ASIA (AFA) DI INDONESIA TAHUN 2012-2016, *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*, 2017, 5 (3): 729 - 744. Diakses melalui [https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/Journal%20Putri%20Safariani%20\(08-01-17-02-36-18\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/Journal%20Putri%20Safariani%20(08-01-17-02-36-18).pdf) pada 18 Oktober 2021.

saat ini, sudah banyak *Manga* yang terbit di Indonesia melalui penerbit seperti Elex Media Komputindo, M&C dan Level. *Manga* pun terbit dalam bentuk majalah sebagaimana di Jepang melalui majalah seperti *Shonen Magz*, *Shonen Star*, *Nakayoshi* dan sebagainya. Begitu juga dengan *Anime*, dengan tayangnya judul-judul seperti *Naruto*, *Digimon* dan *One Piece* yang tayang di Indonesia lewat stasiun televisi seperti, RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia), Indosiar, TV7 (sekarang Trans7), Global TV dan lainnya. Kepopuleran *anime* tersebut tentu membuat Jepang semakin gencar melakukan diplomasi kebudayaan di Indonesia. Melalui *the Japan Foundation*, Jepang mengadakan berbagai bentuk kegiatan yang bertemakan budaya populer Jepang di Indonesia. Disini penulis tertarik untuk membahas salah satu acara yang digunakan Jepang untuk mempromosikan budaya populer nya di Indonesia, yaitu Anime Festival Asia.

Anime Festival Asia (AFA) merupakan sebuah kegiatan festival internasional yang bertemakan anime yang diselenggarakan oleh *Sozo* dan *Dentsu* sebagai promotor di kawasan Asia Tenggara dan Singapura menjadi negara utama penempatan perusahaan entertainment tersebut. Meskipun *Sozo* dan *Dentsu* merupakan promotor dari acara Anime Festival Asia, namun penyelenggaraan acara ini di Indonesia sendiri masih menjadi bagian dari program promosi *the Japan Foundations*. Anime Festival Asia diselenggarakan setiap tahunnya di empat negara di Asia Tenggara salah satunya Indonesia. Di Indonesia acara

ini lebih dikenal dengan sebutan AFAID (Anime festival Asia Indonesia). AFAID pertama kali diselenggarakan pada tanggal 1 dan 2 September 2012 di Jakarta International Expo, berbagai macam rangkaian sub acara ditampilkan seperti aktor pengisi suara *anime* (*Seiyuu*), *cosplay*, penjualan barang-barang asli dari Jepang, pemutaran film, dan pengalaman pelayan wanita (*maid*) dan pelayan pria (*butler*) di kafe seperti yang sering di buat dalam cerita anime dan dibuat sama seperti di distrik Akihabara yang terkenal di Jepang.⁵ AFAID 2012 sukses menjadi acara dengan pengunjung terbanyak yaitu mencapai 40.000 pengunjung.⁶ Sehingga acara ini resmi menjadi acara tahunan yang selalu diadakan di Indonesia. Sejauh ini AFAID telah diadakan sebanyak 6 kali dari tahun 2012-2018.

KERANGKA TEORI

Perspektif: Konstruktivisme

Penelitian ini menggunakan perspektif Konstruktivisme. Perspektif ini melihat dunia sebagai sebuah konstruksi sosial. Layaknya sebuah konstruksi, ide, nilai, dan norma tentunya dapat dibangun dan dikembangkan. Alexander Wendt selaku bapak dari Konstruktivisme berpendapat bahwa tindakan aktor juga dipengaruhi oleh ide-ide bersama. Rasionalisme memperlakukan identitas dan minat sebagai faktor dan konstanta eksogen. Sebaliknya, konstruktivisme

⁵ Anime festival Asia Indonesia 2012 diakses melalui <https://animefestival.asia/afaid12/> pada 03 Januari 2022

⁶ *Ibid.*

menganggap identitas dan minat sebagai faktor endogen, yaitu variabel terikat. Untuk memperjelas hubungan antara ide, identitas, minat dan tindakan, Wendt menganggap teori pilihan rasional sebagai referensi.⁷

Budaya suatu negara merupakan salah satu faktor penting dalam terbentuknya identitas suatu negara dan Industri media juga berperan besar dalam menyebarkannya, terutama di era Globalisasi saat ini. Seperti yang kita tahu, Globalisasi sangat berdampak terhadap situasi Politik dan Ekonomi suatu negara. Namun berbeda dengan budaya, sebagai identitas bangsa hal tersebut malah bisa disebarluaskan ke seluruh dunia dengan tujuan membangun citra negara yang baik.

Level Analisa: Negara-Bangsa

Tingkat analisa negara bangsa menekankan bahwa setiap tindakan yang terjadi di dunia yang diakibatkan oleh suatu keputusan pada akhirnya akan dapat disimpulkan bahwa sebenarnya tindakan tersebut merupakan tindakan yang mengatasnamakan negara atau dengan kata lain negara merupakan satu-satunya subjek Internasional. Situasi yang dihadapi negara lain menjadi salah satu dasar tindakan bagi suatu negara untuk dapat bertahan hidup

⁷ Alexander Wendt. (1999). *"Social theory of international politics"*. (Cambridge: Cambridge University Press. (Cambridge University Press) hlm 366.

ataupun dalam upaya meningkatkan interaksi dengan negara lain.⁸

Teori: Diplomasi Budaya

Teori yang digunakan dalam tulisan ini adalah teori diplomasi kebudayaan (*Cultural Diplomacy*). Definisi dari diplomasi menurut KM. Pannikar, diplomasi adalah seni mengedepankan kepentingan suatu negara dalam hubungannya dengan negara lain atau dapat diartikan sebagai salah satu usaha atau cara suatu negara untuk meraih dan memperjuangkan kepentingan nasionalnya di dunia internasional.⁹ Budaya atau kebudayaan dalam pengertian umum adalah segala hasil dari upaya budidaya manusia terhadap lingkungan.¹⁰

Definisi ini memberikan suatu pemahaman bahwa diplomasi budaya merupakan seperangkat aktivitas-aktivitas budaya yang dilakukan oleh setiap negara dalam merepresentasikan budayanya untuk mempengaruhi atau menginspirasi masyarakat internasional yang memiliki keberagaman pandangan politik. Diplomasi Budaya merupakan langkah alternatif dari jenis diplomasi tradisional yang lebih mengutamakan

⁸Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar – Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka, hal. 91.

⁹ KM.Pannikar.1993. *The Principle and Practise of Diplomacy dalam Diplomasi* Terjemahan Harmanto dan Mirsawati. Jakarta: PT Raja Grafindo. Hal. 3

¹⁰ Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari.2007.*Diplomasi Kebudayaan : Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia*. Ombak. Yogyakarta.

Hard Power seperti kekuatan militer suatu negara. Budaya disini berperan sebagai Instrument suatu negara dalam memenuhi tujuan kebijakan luar negeri. Produk budaya suatu negara antara lain seperti Musik, Film, Sastra, Seni, dan Bahasa.

Beberapa tujuan dari diplomasi kebudayaan yaitu:¹¹ pertama tujuan diplomasi kebudayaan lebih luas dari pada pertukaran kebudayaan, hal tersebut mencakup mengirim utusan ke luar negeri untuk memperkenalkan kebudayaan satu negara ke negara lain. Seperti yang digambarkan oleh *The Marshall Plan*¹² pada Winston Churchill, yaitu tindakan suatu bangsa yang tidak menggunakan kekerasan merupakan bentuk dari diplomasi kebudayaan. Kedua, tujuan diplomasi kebudayaan adalah membangun pengetahuan baru dan kepekaan terhadap negara lain untuk mewujudkan hubungan yang lebih baik antara masyarakat dengan bangsanya. Ketiga, diplomasi kebudayaan adalah untuk mempengaruhi pendapat umum (masyarakat negara lain) guna mendukung suatu kebijakan luar negeri tertentu. Biasanya, terjadi dalam hubungan diplomasi kebudayaan antara masyarakat dengan masyarakat lain.

Konsep: *Soft Power*

¹¹ Soedjatmoko and Kenneth W Thompson. 1976. *World Politics, Cultural Diplomacy, An Introduction*. hlm. 405.

¹² The Marshall Plan adalah program ekonomi tahun 1947 oleh Amerika Serikat yang bertujuan untuk membangun kembali kekuatan ekonomi negara-negara di Eropa dan Asia setelah Perang Dunia II.

Joseph S. Nye, juga membahas mengenai budaya pop kontemporer Jepang sebagai sumber *soft power* Jepang yang baru. Ia melihat *Soft Power* Jepang bukan hanya berasal dari budaya tradisional Jepang seperti *Zen* dan *Karate* tetapi juga berasal dari manga, anime dan budaya pop Jepang lainnya.¹³ Di dunia internasional, Jepang telah lama dikenal sebagai salah satu negara industri maju dengan sistem ekonomi yang kuat. Penguasaan teknologi yang canggih, Jepang mampu mengembangkan industri otomotif dan manufaktur lainnya yang mampu menguasai dunia. Kekuatan ekonomi Jepang telah menjadikan Jepang sebagai negara yang memiliki pengaruh besar dalam perekonomian dunia, pengaruh Jepang dalam bidang budaya populer yang telah banyak menarik perhatian masyarakat merupakan suatu bentuk dari *soft power*. Budaya populer Jepang yang saat ini telah diterima dengan baik oleh masyarakat di wilayah Asia maupun di dunia saat ini tanpa adanya paksaan dalam penerimaannya.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa data sekunder yang berbasis pustaka atau lebih dikenal dengan *library research*. Data yang digunakan dalam tulisan ini dikumpulkan dari berbagai sumber seperti Jurnal, Buku, Working Paper,

¹³ Irsan, Abdul. *Budaya dan Perilaku Politik Jepang di Asia*. Grafindo ; Jakarta. 2007

Dokumen Pemerintah, serta tulisan-tulisan ilmiah lainnya dan juga *website* dari sumber internet yang memiliki relevansi terhadap tulisan ini.

PEMBAHASAN

Sejarah Budaya Populer Jepang

Jepang merupakan salah satu negara yang terkenal akan kebudayaannya, kebudayaan Jepang yang sangat dikenal oleh dunia internasional ialah budaya populer. Pada bab ini akan dibahas mengenai bagaimana sejarah singkat kebudayaan Jepang. Pada awalnya kebudayaan Jepang dipengaruhi oleh negara Tiongkok dan Korea yang berdatangan ke Jepang melalui perdagangan di awal abad ke-3.¹⁴ Hubungan perdagangan antara Jepang dan Tiongkok terjadi secara terus-menerus sehingga terjadi interaksi kedua negara termasuk juga pengiriman pelajar ke Tiongkok, sampai terjadi akulturasi budaya yang membawa kemajuan Jepang. Kebudayaan Jepang yang dipengaruhi oleh Tiongkok terus berlanjut hingga abad ke-19, namun saat dibawah kekuasaan Meiji yang pada kenyataannya Jepang masih tertinggal mulai melakukan reformasi untuk memperbaiki negara dari berbagai aspek, termasuk budaya. Sebagai langkah untuk membenah adat-istiadat serta untuk mengejar reputasi internasional Jepang mulai melakukan pertukaran pelajar keluar negeri, seperti Eropa dan Amerika

¹⁴ Sri Sudarsih, Nilai Sportivitas Dalam Perkembangan Kebudayaan Masyarakat Jepang, Kiryoku, Volume 3 No 2 2019. Hal 104.

pada tahun 1871-1873.¹⁵ Sehingga kebudayaan Jepang mulai dipengaruhi oleh negara-negara Eropa dan Amerika.

Kebudayaan Jepang yang terus berkembang dari masa ke masa melalui berbagai pengaruh dari perkembangan zaman, membuat kebudayaan Jepang tak hanya sebatas dari kebudayaan tradisional. Kebudayaan populer Jepang seperti *Anime*, *karate*, *manga*, *cosplay*, dan lainnya mulai dikenal oleh dunia internasional hingga saat ini, sehingga membuat Jepang menjadi salah satu negara yang dikenal melalui budayanya. Disini penulis akan membahas mengenai budaya populer Jepang yang menjadi salah satu alat diplomasi dari negara tersebut, yang mana budaya populer Jepang sangat menarik untuk diteliti karena memiliki keunikannya sendiri

Perkembangan Budaya Populer Jepang di Indonesia

Budaya populer Jepang juga berkembang di Indonesia, seperti yang kita ketahui cukup banyak restoran-restoran Jepang di Indonesia. Selain makanan, alat-alat elektronik serta game dari Jepang juga ikut masuk ke pasar Indonesia. Di Indonesia sendiri budaya populer Jepang yang sangat digemari ialah *Anime*. Maka disini penulis akan membahas mengenai perkembangan budaya populer Jepang di Indonesia yang digemari oleh para remaja.

Anime Jepang mulai masuk ke Indonesia sekitar tahun 1970-an.

¹⁵ *Ibid.* Hal 105.

Wanpaku Omukashi Kumu Kumu atau lebih dikenal dengan sebutan *Astro Boy* merupakan *Anime* 26 episode yang dapat dinikmati masyarakat Indonesia melalui tayangan di TVRI.¹⁶ Pada era 90-an *Anime* mulai banyak berkembang di televisi Indonesia, seperti *Doraemon*, *Sailor Moon*, *Crayon Shinchan*, *Pokemon* dan *Dragon Ball*. Masuk pada era 2000-an, tayangan serial animasi Jepang tersebut semakin banyak ditemui, bukan hanya sekedar *Anime* terdapat beberapa acara TV Show Jepang yang sangat populer di kalangan orang Indonesia seperti *Masquerade*, *TV Champion*, *Takeshi's Castle*, *Ninja Warrior*, *Viking : The Ultimate Obstacle Course*, dan *Happy Family Plan* sangat digemari oleh penonton pada masa tersebut.¹⁷

Semakin dikenalnya Budaya Jepang melalui siaran-siaran dari Jepang di TV Indonesia tentu membuat masyarakat tidak asing dengan kebudayaan yang ditayangkan. Beberapa *Anime* yang ditayangkan menjadi gambaran bagaimana kehidupan sehari-sehari orang Jepang membuat beberapa masyarakat Indonesia terutama kalangan remaja menggemari hal-hal

¹⁶ "Sejarah *Anime*: Sejak 1907 hingga Mewabah ke Indonesia" selengkapnya di sini: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20200719125155-225-526357/sejarah-Anime-sejak-1907-hingga-mewabah-ke-indonesia>. Diakses pada 03 April 2022.

¹⁷6 Acara TV Jepang yang Sempat Tayang di Indonesia, Seru, ih! Diakses melalui : <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/rifa-2/acara-tv-jepang-tayang-di-indonesia-c12/6> pada 03 April 2022.

berbau Jepang. Hal tersebut membuat *trend-trend* yang berhubungan dengan Jepang seperti *fashion harajuku*, *lolita* dan *cosplay* yang sangat digemari pada tahun 2000an. Tak hanya *fashion*, musik-musik Jepang juga sangat populer, salah satu contohnya lagu *Kokoro no Tomo* milik Mayumi Itsuwa sangat digemari, lalu cukup banyak band-band Indonesia yang memadukan musik J-pop di karya mereka seperti band J-Rock , *Geisha* dan *Zivila*. Perangkat video games yang berasal dari Jepang juga sangat digemari seperti PS (*play stations*). Dilihat perkembangan budaya Jepang diterima oleh masyarakat membuat beberapa penerbit lokal seperti Elex Media Komputindo, M&C, dan Penerbit Haru menerbitkan Manga dan Novel dari Jepang. Hingga saat ini sudah cukup banyak judul-judul Manga dan Novel Jepang di produksi dalam bahasa Indonesia.

Perkembangan budaya Jepang di Indonesia tentu tidak seterusnya berjalan lancar, yang mana pada tahun 2010 penayangan anime dan serial TV Jepang mulai menghilang dari layar kaca Indonesia. Pada masa itu beberapa tayang serial anime seperti *Dragon Ball* dan *Crayon Shinchan* sempat mendapatkan teguran dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).¹⁸ Namun seiring perkembangan zaman, di masa sekarang anime-anime tersebut lebih mudah diakses. Mengingat cukup banyak penggemar anime sebelumnya membuat animasi dari

¹⁸ <https://kreativv.com/sejarah-anime-indonesia/> diakses pada 03 April 2022.

Jepang tersebut kembali eksis dikalangan muda-mudi di Indonesia. Bahkan sekarang banyak ditemui komunitas-komunitas pecinta anime, cosplay serta video games dari Jepang. Hal tersebut membuat banyak acara-acara bertemakan budaya Jepang yang diadakan di Indonesia baik yang di buat oleh pihak Indonesia ataupun dari Jepang langsung. Salah satu acara yang selalu diadakan setiap tahun ialah Anime festival Asia yang menjadi acara budaya populer Jepang terbesar di Indonesia.

Hubungan Diplomasi Jepang dan Indonesia

Hubungan diplomasi Jepang dan Indonesia sudah terjalin selama lebih dari 60 tahun, pada dasarnya awal hubungan diplomatik Indonesia dan Jepang ditandai dengan adanya perjanjian rampasan perang tahun 1958 dimana saat itu Jepang tengah membahas masalah ganti rugi akibat perang dan penjajahannya di Indonesia. Hubungan diplomatik keduanya dimulai dengan penandatanganan perjanjian di bidang pertanian, kehutanan, produksi pangan dan bantuan keuangan pasca perang. Penandatanganan perjanjian tersebut semakin membuka lebar peluang kerjasama Indonesia dengan Jepang diantaranya EPA, ODA, dan IJEPA, sehingga pada bulan Agustus 2007, Indonesia memutuskan untuk mempererat hubungan diplomatik dengan Jepang.¹⁹

¹⁹ Iin Tirtaningrum Prawita Sari, Robi Wibowo, S.S, M.A, Doktrin Yoshida Dan Doktrin Fukuda: Latar Belakang Dan Kontribusinya Terhadap

Meluasnya hubungan diplomatik Jepang dan Indonesia tentu di pengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya ialah budaya. Menurut Yoshinori Katori, Duta Besar Jepang untuk Indonesia berpendapat bahwa budaya Jepang mendapatkan antusiasme dari masyarakat Indonesia. Diplomasi budaya sendiri sudah ada sejak masa Takehiko Fukuda dengan Doktrin Fukuda, dimana Jepang dikenalkan pada diplomasi *heart to heart* yang artinya Jepang akan semaksimal mungkin melakukan kerjasama dengan cara halus melalui ekonomi, politik dan budaya dan tidak dengan militer lagi.²⁰

Meksipun secara historis Indonesia pernah menjadi Negara yang dijajah oleh Jepang, tentunya kerjasama ini memiliki beberapa hambatan namun Jepang berusaha untuk memperbaiki citranya dengan memberikan bantuan dan apresiasi terhadap penerimaan Indonesia akan budaya Jepang, dengan menghadirkan beberapa pertunjukkan budaya yang rutin diadakan di Indonesia. Bagi Jepang, diplomasi budaya tidak dapat dipungkiri bahwa budaya berperan dalam kegiatan yang bersifat komersil seperti perdagangan dan event Internasional lainnya.

Diplomasi Kebudayaan Jepang Melalui Anime Festival Asia Indonesia

Perpolitikan Jepang (1946-1954) Dan (1976-1978), Universitas Gadjah Mada, 2015. Skripsi.
²⁰ MOFA, BASIC TASKS OF JAPAN'S FOREIGN POLICY dalam <https://www.mofa.go.jp/policy/> diakses pada 03 maret 2022.

Dalam konsep *soft power* oleh Joseph S. Nye Jr., *soft power* adalah kemampuan untuk mendapatkan apa yang diinginkan melalui daya tarik dibanding melalui paksaan atau kekerasan, dan juga pembayaran, yang mana daya tarik ini berasal dari budaya, nilai-nilai politik dan kebijakan negara tersebut.²¹ Meluasnya hubungan diplomatik Jepang dan Indonesia tentu di pengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya ialah budaya. Menurut Yoshinori Katori, Duta Besar Jepang untuk Indonesia berpendapat bahwa budaya Jepang mendapatkan antusiasme dari masyarakat Indonesia. Hal ini sesuai dengan konsep *soft power* dari Joseph S. Nye, yang mana Jepang menggunakan festival ini untuk memikat warga Indonesia dengan menggunakan daya tarik budaya mereka.

Menurut Nye, Jepang lebih memiliki potensi daya tarik budaya dibanding negara-negara lain di Asia, seperti *manga* dan *anime*. Selain itu, penggunaan budaya lebih cocok dengan Jepang selepas krisis ekonomi yang melanda pada tahun 1970-an. Hal ini terbukti dengan terjadinya peristiwa malari di Indonesia pada tahun 1974. Peristiwa tersebut terjadi karena adanya ketimpangan ekonomi di masyarakat Indonesia, walaupun pemerintah mendapat banyak bantuan luar negeri, terutama dari Jepang yang memang menjadi penyumbang bantuan terbesar untuk Indonesia.

²¹ Nye, Loc.Cit.

Proses diplomasi budaya Jepang melalui *Anime Festival Asia Indoensia* (AFAID) dimulai pada tahun 2012. Pada tahun tersebut AFAID dilaksanakan pada tanggal 1-2 September di Jakarta International Expo, penyelenggaraan ini menjadi salah satu program promosi dari the Japan Foundation di Indonesia. Melihat antusiasme dari masyarakat Indonesia di penyelenggaraan perdana acara tersebut yang mencapai 40000 pengunjung, menjadikan AFAID sebagai acara bertemakan anime tersebsar di Indonesia sehingga AFAID menjadi acara tahunan hingga tahun 2018.

Menurut Soedjatmoko and Kenneth W Thompson, tujuan dari diplomasi kebudayaan lebih luas dari pada pertukaran kebudayaan, hal tersebut mencakup mengirim utusan ke luar negeri untuk memperkenalkan kebudayaan satu negara ke negara lain.²² Hal tersbut dapat dilihat dari Jepang yang membangun *the Japan Foundation* sebagai wadah pertukaran budaya Jepang di Indonesia. Untuk menjalankan diplomasi kebudayaan di Indonesia, Jepang, melalui the Japan Foundation melaksanakan Acara Anime Festival Asia Indonesia di Jakarta, sebagai salah satu pelaksanaan diplomasi budaya di Indonesia. Acara tersebut diselenggarakan pertama kali dilaksanakan pada tahun 2008.

Selain karena ingin mengenalkan budaya Jepang, faktor lain adalah kebutuhan akan Sumber

²² Soedjatmoko and Kenneth W Thompson , Loc.Cit.

Daya dari Indonesia, yang mana Jepang ingin merubah pandangan atas citra negara mereka yang sebelumnya buruk menjadi lebih baik. Hal ini sesuai dengan perspektif konstruktivisme yang mana sudut pandang orang lain dapat diubah layaknya sebuah konstruksi. Jepang yang membutuhkan sumber daya dalam jumlah besar dari Indonesia, namun tidak bisa hanya menggunakan ekonomi sebagai instrumen atau sarana dalam upaya kepentingan nasional mereka, yang akhirnya Jepang menempuh cara yang kompleks dengan lebih mengedepankan budaya mereka sebagai sarana diplomasi, dalam hal ini *Anime Festival Asia Indonesia* menjadi salah satu cara mereka untuk terus menjalin hubungan dengan pemerintah Indonesia, dan juga mendapatkan simpati dari masyarakat. Hal ini juga sesuai dengan tujuan kedua dari diplomasi kebudayaan, yaitu membangun pengetahuan baru dan kepekaan terhadap negara lain untuk mewujudkan hubungan yang lebih baik antara masyarakat dengan bangsanya. Melalui AFAID yang diselenggarakan di Indonesia Jepang memperkenalkannya industri kreatif mereka ke para pengunjung yang datang. Selain itu pihak penyelenggara AFAID juga bekerja sama dengan muda-mudi Indonesia dalam salah satu program acara maid cafe mereka.

Tujuan diplomasi kebudayaan yang ketiga ialah untuk mempengaruhi pendapat umum (masyarakat negara lain) guna mendukung suatu kebijakan luar

negeri tertentu. Dilaksanakannya *Anime Festival Asia Indonesia* ini membuat masyarakat yang datang dapat menciptakan persepsi positif terhadap Jepang yang bisa mengembangkan kebudayaan mereka hingga kini dan dapat berdampingan dengan budaya modern, akan meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap Jepang karena dapat melakukan hal tersebut. Sehingga Pemerintah Jepang menyatakan bahwa, budaya beserta politik dan ekonomi adalah bidang yang penting dalam diplomasi Jepang. Dampak dari opini publik dalam kebijakan diplomasi telah meningkat seiring dengan meningkatnya perkembangan internet dan media massa. Kementerian Luar Negeri Jepang mengambil langkah pendekatan langsung kepada masyarakat luar negeri, secara komprehensif membangun usaha dalam hubungan masyarakat di luar negeri dan juga pertukaran budaya, sehingga dapat menumbuhkan pemahaman yang baik dan mendalam tentang kebijakan diplomatik Jepang dan keadaan nasionalnya. Kementerian juga bekerja untuk menyampaikan daya tarik budaya Jepang dan mempromosikan pertukaran dengan masyarakat dari negara lain.²³ Berdasarkan pernyataan tersebut, diplomasi budaya merupakan salah satu kebijakan luar negeri yang penting bagi Jepang, selain ekonomi dan juga politik. Hal tersebut juga dapat dilihat dari adanya pengangkatan

²³ Kementerian Luar Negeri Jepang, *Cultural Exchange*, diakses melalui <https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/index.html>

duta anime, yaitu Doraemon oleh pemerintah Jepang.

Penyelenggaraan Anime Festival Asia Indonesia

Berbagai macam festival *anime* yang ada di Indonesia dimana termasuk beberapa kegiatan yang melibatkan kemunculan tokoh *anime* saat ini sudah sangat marak di Indonesia, salah satunya adalah *Anime Festival Asia* yang merupakan serangkaian kegiatan *anime* tahunan yang diselenggarakan oleh Sozo dan Dentsu di kawasan Asia Tenggara. Di Indonesia *Anime Festival Asia* diselenggarakan pada tahun 2012 hingga 2018 berikut adalah eksekusi *Anime Festival Asia* dan hasil dari acara tersebut di Indonesia yang mana dalam *exhibition* tersebut, memberikan berbagai macam hal dan kegiatan tentang *Pop Culture* Jepang.

Anime Festival Asia Indonesia 2012

Di tahun 2012 AFAID diadakan pada tanggal 1-2 September di Jakarta International Expo, dengan jumlah pengunjung sebanyak 40.000 orang. Acara ini menjadi festival budaya Jepang terbesar yang diadakan di Indonesia. AFAID 2012 dimeriahkan dengan 40 pameran serta didukung oleh 5 sponsor. Terdapat beberapa penyanyi dan band terkenal Jepang yang mengisi acara Anisong, yaitu 7!!, Ichiro Mizuki, Angela, Bless4, KOTOKO, LiSA, Seaa dan STEREO PONY. Selain acara Anisong, terdapat acara cosplay yang mengundang guest star cosplay internasional, yaitu Akatsuki Tsukasa dan KANAME. Adapula special guest star dari Indonesia yaitu Vivian

Wijaya yang merupakan seorang komikus dengan karya berjudul Dr. Vee, dan Richfield yang merupakan cosplayer Indonesia yang sudah bercosplay sejak tahun 2007. AFAID 2012 berhasil menghasilkan keuntungan sebanyak \$1.500.000 melalui penjualan tiket, Akiba Town dan AFA Cafe.

Anime Festival Asia Indonesia 2013

Pada tahun 2013 AFAID diselenggarakan pada 6-8 September di Jakarta Convention Centre dengan mengusung tema “i love anisong” karena kesuksesan dari kegiatan sebelumnya yang mana banyak peminat untuk menanti kembali penampilan-penampilan penyanyi solo J-pop dan grup J-pop. AFAID 2013 menampilkan 6 artis di konser Anisong yaitu Eir Aoi, Aya Hirano, Babymetal, fripside, Kalafina dan May’n bersama-sama mereka akan tampil untuk pertama kalinya di Indonesia. Acara ini juga sukses menarik 53.000 pengunjung dengan 80 pameran yang mana lebih meningkat dari jumlah tahun sebelumnya. Sama seperti tahun sebelumnya program acara yang diselenggarakan juga berupa Akiba Town, AFA Cafe, penayangan anime serta penampilan seiyuu dan promosi industri anime. Ada pula lomba cosplay yang diselenggarakan selama festival, pemenang yang mewakili Indonesia akan bersaing dengan cosplayers terbaik dari Singapura, Malaysia, dan Thailand. di *Cosplay Championship Regional*.

Pembagian posisi pengunjung pada area konser anisong dibagi

menjadi dua, yaitu GA- General Admission dan VIP Premium. VIP Premium mendapatkan kursi untuk menonton konser, sedangkan GA dengan posisi berdiri. Area panggung utama, yang digelar di Jakarta Convention Centre Planery juga ditingkatkan dan mampu menampung lebih dari 3500 pengunjung. Keuntungan yang didapat AFAID 2013 mencapai S\$ 2.000.000.

Anime Festival Asia Indonesia 2014

Anime Festival Asia di Indonesia terus membangun kegiatannya sebagai top anime Indonesia dan acara budaya populer Jepang terbesar di Indonesia. AFAID 2014 di adakan pada tanggal 15-17 Agustus di *Plenary Hall*, Balai Sarbini Jakarta yang dimeriahkan oleh 123 stand pameran dengan pengunjung sebanyak 55.000 dan didukung oleh 12 sponsor. AFAID 2014 menampilkan 7 artis Anisong penyanyi solo J-pop maupun grup J-pop langsung dari Jepang. menampilkan: Egoist, Eir Aoi, Garnidelia, Hachioji-p, Dj Kazu, Luna Haruna, TM Revolution. Terlepas dari konser, AFAID 2014 juga memamerkan koleksi terbesar barang dagangan anime asli dari kota Akiba. Top cosplay selebriti juga memeriahkan panggung di AFAID 2014. Kejuaraan cosplay khusus juga diadakan selama festival dengan pemenang yang mewakili Indonesia untuk bersaing dengan *cosplayers* terbaik dari negara lain di *cosplay championship regional*. Area panggung utama yang digelar di *Jakarta Convention Centre Planery Hall* meningkat dan mampu

menampung 4000 pengunjung dan pengunjung mendapat kesempatan menonton langsung pemutaran film-film Jepang terbaru. Pengunjung juga dapat menikmati penampilan bintang-bintang cosplay Internasional. Pengunjung festival juga dapat mengalami ikonik *Moe Moe Kyun Maid café* dan *Atelier Royale Butler Café* secara langsung.

Anime Festival Asia Indonesia 2015

Anime Festival Asia kembali ke Indonesia untuk keempat kalinya di tahun 2015 didelenggarakan pada 24-26 September yang berlokasi di Jakarta Internasional Expo Kemayoran, Jakarta. Dimeriahkan oleh 127 pameran dan pengunjung sebanyak 60.558 dengan didukung oleh 16 sponsor. AFAID 2015 menampilkan 8 artis konser Anisong langsung dari Jepang, yaitu FLOW, GARNiDELiA, DJ Kazu, LiSA, motsu, nano, Nagi Yanagi, dan fripSide. Bukan hanya aksi panggung, pada tahun ini AFAID 2015 menawarkan keseruan-keseruan lain yang dapat dinikmati di area pameran. Salah satunya adalah perkenalan game terbaru yang di buat Jepang. Area pameran juga di isi oleh *booth-booth* dari berbagai perusahaan yang bergerak disalah satu budaya pop Jepang, masing-masing menawarkan berbagai kegiatan dan merchandise yang berhubungan dengan anime yang sedang digemari oleh kalangan fans animediantaranya: *action figure, official merchandise, CD* dari pengisi suara anime, dan semua yang berhubungan dengan anime dan juga manga. Kegiatan lain yang terdapat di berbagai booth pada

area pameran AFAID 2015, yaitu lomba mewarnai karakter anime terkenal, lomba membuat ekspresi pada *chibi action figure, card game, anime online games*, dan foto studio gratis di beberapa *booth*, tidak ketinggalan berbagai maskot populer di dunia anime Jepang.

Anime Festival Asia Indonesia 2016

Anime Festival Asia Indonesia 2016 kembali diselenggarakan pada tanggal 16-18 September di Jakarta Internasional Expo kemayoran, yang dimeriahkan oleh 136 pameran dan pengunjung sebanyak 61.953 dan didukung oleh 17 sponsor. AFAID 2016 menghadirkan 8 artis terbaik untuk konser Anisong, yaitu Aimer, bless4, Eir Aoi, ELISA, Lia, livetune+, Maaya Uchida dan nano. Para pengunjung pameran AFAID 2016 yang menyukai belanja dapat menantikan koleksi merchandise dan barang-barang anime pilihan asali dari kota Akiba Town dari Merk dan Brand-Brand pilihan. Bintang cosplay ternama dari berbagai dunia turut hadir meramaikan panggung AFAID 2016. Area panggung utama dapat menampung lebih dari 5.000 pengunjung sekaligus. Area panggung utama akan menampilkan tamu special dari pengisi hiburan di Industri anime termasuk pengisi suara anime, selebritis cosplay dan para produser Anime. Para pengunjung juga dapat menonton preview film anime dan film-film pilihan di area panggung utama. Para pengunjung festival juga bisa menikmati pengalaman unik dan menarik di kafe unik *Moe Moe Kyun* dan *Atelier*

Royale Butler Café yang eksklusif di acara Anime Festival Asia.

Anime Festival Asia Indonesia 2017

Pada tahun 2017 acara AFAID berganti nama menjadi C3 AFA Jakarta 2017, hal ini dikarenakan adanya penambahan promotor dari pihak Anime Festival Asia. C3 AFA Jakarta 2017 diselenggarakan pada 18-20 Agustus 2017 di Jakarta *International Expo* dengan jumlah pengunjung sebanyak 50.080, dimeriahkan 142 pameran dan didukung oleh 5 sponsor. Pada tahun ini terbagi menjadi 3 area yaitu area khusus pameran, area stage, dan area konser musik sehingga pengunjung bisa lebih menikmati acara secara maksimal. C3 AFA Jakarta 2017 mengundang 8 penyanyi anisong, yaitu Fhana, Konomi Suzuki, May'n, Tomohisa Sako, *Kisidakyodan And The Akebosirockets*, kradness, Luna Haruna dan Shiena Nishizawa. Selain penyanyi anisong adapula special guest yang diundang seperti Angelyn, CLEANERO, Eve, Hiroaki Kato, Kozue Aikawa, Lazurite, Rika Abe, REDSHiFT, Saki Ono, Sakura Asahina, Satoshi Tsuruoka, SOBA, Takaaki Natsushiro, Toru Furuya, USAGI, Yakko, Yasuaki Takumi, dan YUMI.

Seperti acara AFA sebelumnya terdapat pameran Akiba Town, lomba cosplay serta AFA cafe. Selain itu adapula tambahan lomba menggambar yaitu *Art Duel* yang menjadi ajang untuk menunjukkan kemampuan komikus lokal Indonesia. Adapula sesi *meet and greet* dengan *cosplayer* internasional.

Anime Festival Asia Indonesia 2018

C3 AFA Jakarta 2018 diselenggarakan pada 31 Agustus – 2 September 2018 di Indonesia Convention Exhibition (ICE), dengan jumlah pengunjung mencapai 57.528 di meriahkan dengan 173 pameran dan didukung oleh 2 sponsor. Sama seperti tahun sebelumnya C3 AFA Jakarta 2018 juga mengadakan pameran Akiba Town, cosplay competition, konser Anisong yang mengundang penyanyi dari Jepang yaitu EGOIST, Ami Wajima, Konomi Suzuki, Megumi Nakajima, Mashiro Ayano, BAND-MAID dan TRUE.

Hal yang berbeda di tahun ini ialah adanya kegiatan baru yang disebut AFA Play, yang merupakan area yang bertema game. Booth Bandai Namco yang ada di area ini paling menarik perhatian pengunjung yang ingin mencoba game-game terbaru keluaran Bandai Namco yang akan rilis, seperti *Soul Calibur 6*, *Shinobi Striker*, dan *Jump Force*. Penggemar game lawas atau game retro juga terhibur dengan adanya *booth Gaming Room* by Republik Sultan yang dibuat oleh RGCI dan Doki Doki Station. Di sini para pengunjung bisa mencoba berbagai konsol game retro dan *game arcade populer*. Selain itu adapula penampilan spesial dari Maya Putri yang merupakan *Vtuber (Virtual Youtuber)* pertama Indonesia. Serta adapula Kizuna Ai yang merupakan *Vtuber* internasional dari Jepang.

Kegiatan Anime Festival Asia menjadi salah satu cara Jepang untuk

dapat membuat negaranya menjadi negara yang sangat diminati terutama untuk para pecinta *pop culture* Jepang karena pengisi acara lebih banyak mengundang orang Jepang langsung dan menggunakan konteks anime. Pertukaran budaya pun bisa sangat mudah diterima dan membuat budaya tersebut bisa dilakukan di kedua negara.

KESIMPULAN

Penyelenggaraan AFAID dapat dikatakan sukses karena dilihat dari jumlah pengunjung yang hadir selalu meningkat setiap tahunnya dengan selalu menyuguhkan penampilan dari selebriti-selebriti Jepang dan hal-hal baru yang dapat menarik perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat pada AFAID 2018 ada nya program acara baru yaitu AFA Play, yang merupakan *corner games* untuk para penggemar game dari Jepang. Selain menampilkan selebriti langsung dari Jepang, pihak AFAID juga melakukan kerjasama dengan muda-mudi berbakat Indonesia dengan mengundang *cosplayer*, *illustrator*, serta *virtual youtuber* lokal Indonesia sehingga masyarakat dari Indonesia bisa lebih mengembangkan bakatnya di bidang industri tersebut. Penyelenggaraan AFAID juga menjadi tempat pertukaran budaya antara Jepang dan Indonesi, seperti yang kita tahu sekarang ada beberapa restoran Jepang di Indonesia seperti hoka-hoka bento dan kedai ramen. Para pelajar Indonesia banyak yang mengikuti kursus bahasa Jepang dan juga pertukaran pelajar ke Jepang. Sebagian sekolah dan universitas di Indonesia pun juga ada yang

menggunakan mata pelajaran/kuliah bahasa Jepang serta membuat acara festival budaya Jepang (*Bunkasai*).

Sehingga hal ini menjadi bukti keberhasilan bahwa *soft power* Jepang memberikan kemudahan pada *soft diplomacy* yang dilakukan Jepang terutama dalam hal budaya yang dapat memajukan negaranya dan diterima oleh negara lain dalam bekerja sama. Indonesia juga mendapat keuntungan dari adanya kerjasama dalam kegiatan tersebut yaitu keuntungan dari penyewaan tempat pelaksanaan, peserta-peserta dari luar negeri yang datang ke Indonesia menambah devisa negara juga menambah pemasukan pajak ke negara Indonesia dan membantu para industri kreatif di Indonesia dalam membangun usaha dan kerjasama dengan industrif kreatif dari Jepang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Budiardjo, Miriam. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka. 2008.
- Clements, Jonatan dan Helen Mc Carthy. 2001. *The Anime Encyclopedia: A Guide to Japanese Animation Since 1917*. California; Stone Bridge Press . *External Relations*". 2014.
- Effendi, A. Mansyur. *Hukum Diplomasi Internasional*, Surabaya: Usaha Nasional. 1993.

Kato, Hidetoshi. *Handbook of Japanese Popular Culture*. Westport: Greenwood Press. xviii. 1989.

KM.Pannikar. *The Principle and Practise of Diplomacy* dalam *Diplomasi* Terjemahan Harmanto dan Mirsawati. Jakarta: PT Raja Grafindo. 1993.

M. Tsutsui, William. *Japanese Popular Culture and Globalization*. Ann Arbor. 2010.

Nye, Joseph S. *Understanding International Conflicts* 7ed. New York. Pearson. 2009.

Jurnal dan Artikel

Arai, H. *Intellectual property strategy in Japan*. *International Journal of Intellectual*. 2005.

Dio Muhammad Haikal. "Pengaruh Perkembangan Budaya *Anime* Jepang Terhadap Perubahan Perilaku Kaum Remaja di Kota Bandung". 2017.

Iin Tirtaningrum Prawita Sari, Robi Wibowo, S.S, M.A, *Doktrin Yoshida Dan Doktrin Fukuda: Latar Belakang Dan Kontribusinya Terhadap Perpolitikan Jepang (1946-1954) Dan (1976- 1978)*, Universitas Gadjah Mada, 2015. Skripsi.

- Melina Kolb. "What Is Globalization? And How Has the Global Economy Shaped the United States?" 2018 diakses melalui <https://www.piie.com/microsites/globalization/what-is-globalization> pada 15 September 2021.
- Putri Safariani, PENYEBARAN POP CULTURE JEPANG OLEH ANIME FESTIVAL ASIA (AFA) DI INDONESIA TAHUN 2012-2016, eJournal Ilmu Hubungan Internasional, 2017, 5 (3): 729 -744. Diakses melalui : [https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/Journal%20Putri%20Safariani%20\(08-01-17-02-36-18\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/Journal%20Putri%20Safariani%20(08-01-17-02-36-18).pdf).
- Stephen McGlinchey. (2017), "Diplomacy", diakses melalui <https://www.e-ir.info/2017/01/08/diplomacy/> pada 14 September 2021.
- The Japan Foundation. "Nuansa". Edisi Januari-Februari-Maret 2011:1-3
- Toi Yamane, Kepopuleran dan Penerimaan Anime Jepang di Indonesia, Jurnal Ayumi, Volume 7, Nomor 1, Maret 2020.
- Website
- "Festival Budaya Pop Jepang Terbesar AFA ID Ganti Nama" selengkapnya <https://hot.detik.com/art/d-3534887/festival-budaya-pop-jepang-terbesar-afa-id-ganti-nama>. Diakses pada 20 Mei 2022.
- "Informasi Lagu Jepang Terbaik", Klik untuk baca:
- "Sejarah *Anime*: Sejak 1907 hingga Mewabah ke Indonesia" selengkapnya di sini: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20200719125155-225-526357/sejarah-Anime-sejak-1907-hingga-mewabah-ke-indonesia>. Diakses pada 03 April 2022.
- 6 Acara TV Jepang yang Sempat Tayang di Indonesia, Seru, ih! Diakses melalui : <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/rifa-2/acara-tv-jepang-tayang-di-indonesia-c12/6> pada 03 April 2022.
- About AFA. Diakses melalui <https://animefestival.asia/afa> pada tanggal 08 Januari 2022
- About Sozo diakses www.sozo.sg pada 28 Januari 2022.
- Budaya Populer Jepang di Asia Timur diakses melalui <https://kyotoreview.org/issue-8-9/budaya-populer-jepang-di-asia-timur-and-tenggara-saatnya-untuk->

[sebuah-paradikma-regional/](#) pada 28 Maret 2022.

Collins Dictionary, “*Festival*” diakses melalui <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/festival> pada 15 September 2021.

Japan Foundation, melalui <https://www.jpf.go.jp/e/about/index.html> pada 03 Maret 2022.

Kedutaan Besar Jepang di Indonesia, “Hubungan Bilateral”, diakses melalui https://www.id.emb-japan.go.jp/birel_id.html pada 13 September 2021

Kedutaan Besar Jepang di Indonesia, Kebudayaan Jepang, dikutip dari https://www.id.emb-japan.go.jp/expljp_09.html pada 20 Maret 2022.

Kementerian Luar Negeri Jepang, Cultural Exchange, diakses melalui <https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/index.html>

Penunjukan Duta Anime Jepang, <https://japantoday.com/category/entertainment/doraemon-named-anime-ambassador> diakses pada 28 Februari 2022.

Sejarah Anime, <https://kreativv.com/sejarah>

[h-anime-indonesia/](#) diakses pada 03 April 2022.

Sejarah Anime, <https://www.kompas.com/ren/read/2021/02/07/083000765/mengenal-tezuka-osamu-pencetus-serial-Anime-tv-pencipta-astro-boy?page=all#:~:text=Astro%20boy%20was%20created%20by%20Tezuka%20Osamu.&text=Serial%20Anime%20pertama%20yang%20disiarkan,disiarkan%20pada%201%20Januari%201963>. Diakses pada 03 April 2022

The Japan Foundation, Jakarta diakses melalui <https://www.jpf.or.id/id/office/>