

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Jepang memiliki kebudayaan populer yang beragam salah satunya, *idol group*. Idol mempresentasikan diri mereka sebagai orang yang terlihat resik, ceria, dan riang dikarenakan awal bangkitnya musik Idola di Jepang ditandai dengan adanya gadis-gadis ceria muncul di acara televisi Jepang. *Fuji Tv* salah satu stasiun televisi di Jepang mempunyai program *All Night Fuji* yang berisikan gadis-gadis lugu dan periang, namun fenomena *idol* di Jepang sempat redup dikarenakan masyarakat Jepang yang mulai bosan dengan konsep *idol* yang hanya menyanyi dan menari di televisi.

Para *Idol* dituntut mempunyai *talent* dan ciri khas dalam menghibur pengunjunnya seperti berbicara dengan logat ala *moe-moe* (berbicara seperti layaknya *anime* Jepang) atau *eyewink* (mengedipkan mata) saat menyanyi dan menari ke *fans* dan diharapkan para *fans* semakin mengidolakan sang idola. *Idol* Jepang merepresentasikan citra positif negara Jepang sendiri baik lagu hingga pakaian yang dipakai seorang *idol*.

Pada Tahun 2005 muncul *idol group* pendatang baru AKB48. Grup musik asal Akihabara, Jepang, merupakan salah satu kelompok *idol group* yang terbilang sukses dilihat dari total penjualan CD AKB48 yang mencapai lebih dari 36 juta kopi, memecahkan rekor terbanyak dari penyanyi atau group di Jepang (<https://health.kompas.com/read/2013/12/14/1241486/.Idol.Group.Fenomena.di.Kalangan.Remaja>). AKB48 adalah nama *Idol Group* Jepang yang digagas oleh Yasushi Akimoto seorang produser musik profesional dari Meguro, Tokyo membentuk *sister group* AKB48. Yasushi Akimoto juga membuat lirik dan aransemen musik AKB48

Konsep yang dipakai oleh AKB48 ialah *idol you can meet* atau idola yang dapat ditemui setiap hari. *Idol you can Meet* sendiri adalah konsep idol yang dapat ditemui langsung oleh *Fans*, mereka dapat menemui *oshimen* (anggota *idol grup*

yang disukai) dan berjabat tangan dengan mereka (*handshake*) melalui pertunjukkan musik di *theater*.

Konsep yang unik membawa nama AKB48 terkenal sehingga mereka mempunyai beragam fans baik di Jepang maupun diluar Jepang. AKB48 merepresentasi idola masa kini yang energik, ceria, yang menyuguhkan konsep berbeda dengan *idol group* sebelumnya. Terkenalnya AKB48 membuat Yasushi Akimoto membuat sistergroup AKB48 di penjuru Jepang, dengan maksud membuat dan membentuk gadis Jepang menjadi seorang idol yang dikagumi dan disukai oleh penggemar AKB48. Di Jepang sendiri sister group AKB48 tersebar ke seluruh penjuru Jepang. SKE48 yang berada di Nagoya, NMB48 yang berada di Osaka, HKT48 yang berada di Fukuoka. Popularitas AKB48 membuat AKS CO., Ltd perusahaan asal Jepang yang mempunyai berbagai bisnis dibidang hiburan mulai dari agensi periklanan, musik hingga film berani membawakan konsep Idol Group Jepang ke Indonesia ([www.akb48.co.jp/company](http://www.akb48.co.jp/company)). Pada tahun 2011 AKB48 membuat sebuah *project sister group* pertama mereka yang berasal dari luar negara Jepang, JKT48 adalah nama *idol group* asal Jakarta, Indonesia yang dibawa AKS Co., Ltd lewat kerja sama dengan Dentsu Inter Admark Media Group Indonesia.

PT Dentsu Inter Admark Media Group Indonesia adalah perusahaan relasi publik yang memadukan budaya Jepang dan Indonesia melalui pelayanan agensi yang terintegrasi. Perusahaan yang memiliki markas pusat di Tokyo ini memiliki nilai dan pemahaman lebih di bidang kreasi nilai suatu brand. Sebagai salah satu perusahaan advertising asal Jepang yang cukup terkemuka, di Indonesia sendiri Dentsu sudah memiliki banyak klien ternama. Di antaranya ABC President, Ajinomoto, Djarum, Ardiles, Glico, LINE dan sebagainya. Pada tahun 2011, PT Dentsu Inter Admark Media Group meluncurkan JKT 48, yakni salah satu *franchise* grup idola yang berasal dari Jepang. Kepemilikan saham PT Dentsu Inter Admark Media Group sepenuhnya dikuasai oleh Dentsu Inc, Jepang (<https://job-like.com/company/1478/>).

Sebagai sister group pertama AKB48 yang berada di luar Jepang JKT48 mempunyai konsep *idol you can meet*. Fans JKT48 dapat berjabat tangan (*handshake*) dan menemui *oshimen* mereka lewat pertunjukan musik di *theater*

JKT48. *JKT48 Theater* bertempat di Fx Sudirman Jakarta sebagai *basecamp* pertemuan JKT48 dengan para fansnya baik yang diluar negeri maupun di Indonesia. Dalam pertunjukan *theater* JKT48, anggota JKT48 memakai *Seifuku* (Seragam siswi sekolah menengah atas khas Jepang) yang menjadi salah satu daya tarik bagi aksi panggung ciri khas idola yang energik periang dan bersemangat juga ada dalam diri JKT48. Ciri khas idol Jepang yang masuk kedalam diri JKT48 merepresentasikan budaya Jepang yang hadir kedalam produk diplomasi budaya. Manajemen JKT48 juga memasukkan nilai ke-Jepangan untuk meningkatkan kinerja mereka dalam mengatur para anggota JKT48.

Layaknya pertunjukkan musik lagu yang menjadi bagian penting dalam pertunjukan musik *theater* yang ditampilkan oleh idol group JKT48. Lirik dalam musik JKT48 diadaptasi dan diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia oleh manajemen JKT48. Lagu tersebut merupakan lagu yang sama dibawakan oleh AKB48 di theater Akhibara. Bukan hanya di *theater*, JKT48 juga tampil dalam event budaya Jepang di Indonesia, antara lain: Hello Fest 8 Anima EXPO 2012, Jakarta Fair Harajuku Cosplay JMusic 2012, Little Tokyo Block-M Ennichisai, Japan National Tourism Organization Event (JKT48 Acoustic), JETRO Japan Healthy Lifestyle Exhibition (Kota Kasablanka), Peringatan 60 Tahun Hubungan Diplomatik Jepang-Indonesia (<http://jkt48.com/calendar/list?lang=id>).

JKT48 mendatangkan tiga anggota AKB48 yang berkewarganegaraan Jepang untuk memperkuat performa JKT48: Nakagawa Haruka (lulus dari JKT48), Takajo Aki (lulus dari AKB48), namun Takajo Aki memutuskan untuk kembali ke AKB48, dan Chikano Rina (JKT48). Lewat anggotanya JKT48 memberikan kontribusi bagi Indonesia dengan Jepang. Untuk Indonesia dalam Episode JKT48 *Mission* di TRANS 7 menampilkan *performance* alat musik tradisional Sunda yaitu, angklung, sebagai bentuk promosi kebudayaan Indonesia.

Terpilihnya beberapa anggota JKT48, Melody sebagai Duta Buah *Prefecture Okayama* dan Duta Pertanian dan pangan ASEAN, Nakagawa Haruka sebagai Duta Persahabatan 60 tahun hubungan Jepang Indonesia, dan Terpilihnya JKT48 sebagai tim pendukung hubungan persahabatan Jepang Indonesia,

merepresentasikan diplomasi budaya yang dilakukan Jepang dan Indonesia (<https://www.60jpid.com/id/duta-persahabatan.php>).

Jepang merupakan negara yang mempunyai potensi diplomasi budaya, bisa dilihat dalam kesuksesan JKT48 sebagai agen budaya Jepang di Indonesia dan salah satu program yang direalisasikan secara nyata oleh pemerintah Jepang dengan adanya program *Cool Japan* yang diluncurkan oleh Kementerian Ekonomi, Perdagangan dan Industri Jepang (METI). Isi programnya antara lain: Pengembangan budaya populer Jepang ke seluruh dunia, mulai dari manga, anime, music J-pop, dan Idol yang biasanya terdiri dari aktor dan aktris ([http://www.meti.go.jp/english/policy/mono\\_info\\_service/creative\\_industries/creative\\_industries.html](http://www.meti.go.jp/english/policy/mono_info_service/creative_industries/creative_industries.html)).

Program ini berusaha untuk membangun citra positif Jepang sesuai dengan program pemerintah *Cool Japan*, Citra positif yang disebarkan sesuai dengan pillar masyarakat Jepang yaitu *Kao, Wa, Omoiyari* yaitu menampilkan wajah baik, memberikan kesetiaan dan ketenangan, selain itu menampilkan juga *Kaizen* dan *Kansha* yang berarti Jepang yang selalu berusaha menjadi lebih baik namun memberikan juga rasa syukur.

Diplomasi kebudayaan dapat diartikan sebagai usaha suatu negara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, baik secara micro seperti pendidikan, ilmu pengetahuan, olahraga dan kesenian (Tulus Warsito,2007:4). Lewat diplomasi budaya dan direalisasikan oleh program *cool Japan*, Jepang berusaha untuk mempromosikan budayanya untuk lebih dikenal dan diterima oleh negara lain.

Salah satu bentuk promosi budaya yang dilakukan oleh Jepang di Indonesia bisa dilihat ketika serial TV Oshin tahun 1980 di TVRI, *Anime Doraemon* di RCTI, dan penampilan *Idol Group* JKT48. Jepang membentuk ikon untuk lebih mudah diterima oleh masyarakat Indonesia. Melalui JKT48 terlihat adanya presentasi Diplomasi budaya Jepang di Indonesia, dengan disebarkannya lagu bergenre *J-pop* dan kultur *idol* oleh JKT48. Ada juga unsur kerjasama yang ditunjukkan dengan dibangunnya perusahaan JKT48 Operational Team yang menjadi manajemen

JKT48 yang lahir dari kerjasama perusahaan Jepang AKS dan perusahaan Dentsu Inter Admark Media Group Indonesia.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis akan membahas hubungan diplomasi budaya Indonesia - Jepang dengan JKT48 sebagai *idol group*.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi masalah yaitu:

- 1 Pengaruh JKT48 sebagai *idolgroup* asal Indonesia sebagai produk diplomasi budaya.
- 2 Diplomasi Budaya Jepang yang bersumber dari budaya, kerjasama dan nilai-nilai dihadirkan melalui JKT48.
- 3 Kiat yang dipakai JKT48 untuk merepresentasi diplomasi budaya Jepang di Indonesia.
- 4 Dampak masuknya budaya Jepang terhadap manajemen JKT48.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah di atas penulis memberikan batasan masalah pada Diplomasi budaya yang didapatkan oleh Indonesia dan Jepang lewat peran JKT48.

## 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara JKT48 yang dibentuk oleh Jepang dapat merepresentasikan diplomasi budaya Jepang ke Indonesia?
2. Bagaimana peran JKT48 untuk mempromosikan budaya populer Jepang di Indonesia?
3. Apa manfaat yang diterima Indonesia dan Jepang dengan adanya JKT48 sebagai bagian dalam produk diplomasi budaya?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan yang dicapai dalam penulisan ini adalah untuk:

- 1 Mengetahui cara JKT48 yang dibentuk Jepang dapat merepresentasikan diplomasi budaya Jepang ke Indonesia
- 2 Mengetahui peran JKT48 untuk mempromosikan budaya populer Jepang di Indonesia
- 3 Mengetahui manfaat yang diterima Indonesia dan Jepang dengan adanya JKT48 sebagai bagian dalam produk diplomasi budaya.

### 1.6 Metode Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan metode kajian pengumpulan data kepustakaan. Metode kajian pustaka yang digunakan melalui berbagai sumber. Judul buku utama yang dipakai penulis “Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi bagi Indonesia”, pengambilan data di internet, buku-buku yang menunjang di perpustakaan Universitas Darma Persada dan *The Japan Foundation*, sehingga penulis dapat mendapatkan referensi dan data yang dibutuhkan untuk menunjang proposal skripsi ini.

Penelitian ini dimulai dengan pencarian data dan referensi yang berkaitan dengan pokok permasalahan. Kemudian dikembangkan dengan data-data yang telah dikumpulkan kemudian mendeskripsikan teori yang ada.

### 1.7 Landasan Teori

Landasan teori yang menunjang penulisan ini antara lain:

#### 1.7.1 Diplomasi

Diplomasi merupakan kata yang berasal dari Bahasa Yunani yang berarti *diploun* yang berarti melipat. Awalnya pada masa pemerintahan Romawi menurut Nicholson semua paspor yang melewati jalan milik negara dan surat jalan dicetak

oleh piringan dobel dan dilipat dan dijahit menjadi satu, surat jalan ini yang disebut *diplomas* ,

Secara Konvensional, pengertian diplomasi adalah sebagai usaha suatu negara- bangsa untuk memperjuangkan kepentingan nasional di kalangan masyarakat internasional. Dalam hal ini diplomasi diartikan tidak sekedar sebagai perundingan, melainkan semua upaya hubungan luar negeri (K.J Holsti,1983:97).

Diplomasi juga berkaitan dengan negosiasi dan perjanjian antar negara. apabila satu negara ingin mengadakan kerja sama dengan negara lain, baik kerja sama antar dua negara atau global, negara-negara yang mengikuti kongres ke-negaraan mengirimkan delegasi sebagai perwakilan dari negaranya untuk mendapatkan keuntungan bagi negaranya. Bagi negara manapun tujuan diplomasi untuk pengamanan kebebasan dalam berpolitik dan integritas teritorial negara nya. Tujuan ini bisa tercapai apabila ada hubungan yang kuat dengan negara negara terdekat, memelihara hubungan erat dengan negara yang sepaham.

Meskipun diplomasi berhubungan dengan aktivitas-aktivitas yang damai, dapat juga terjadi di dalam kondisi perang atau konflik bersenjata karena tugas utama diplomasi tidak hanya manajemen konflik, tetapi juga manajemen perubahan dan pemeliharannya dengan cara melakukan persuasi yang terus menerus di tengah-tengah perubahan yang tengah berlangsung (Watsons Adams,1984: 223).

Diplomasi menjadi bagian yang sangat penting untuk dijadikan salah satu solusi atau jalan keluar untuk mengupayakan penyelesaian secara damai. Diplomasi dilakukan untuk mencapai suatu kepentingan nasional suatu negara. Keuntungan yang didapatkan negara yang mengikuti kongres diplomasi misalkan kestabilan pangan dinegaranya tercukupi, kenaikan di berbagai sektor pertanian dan perikanan, serta kemajuan pendidikan dan teknologi.

#### 1.7.1.1 Diplomasi Budaya

Diplomasi kebudayaan dapat diartikan sebagai usaha suatu negara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, baik secara mikro seperti pendidikan, ilmu pengetahuan, olahraga, dan kesenian, ataupun secara makro sesuai dengan ciri ciri khas yang utama misalkan: propaganda dan lain lain, yang dalam pengertian konvensional dapat dianggap sebagai bukan politik, ekonomi, ataupun militer. Beberapa literatur menyebutnya dengan propaganda (Warsito dan Kartikasari Wahyuni,2007:4).

Menurut penulis diplomasi kebudayaan mempengaruhi pendapat umum untuk mendukung kebijakan pemerintah dan politik luar negeri. Sehingga

masyarakat di satu negara mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi tentang negara lain. Diplomasi budaya juga didukung oleh penyebaran media dan komunikasi massal masyarakat dapat menikmati produk budaya yang di punyai suatu negara. Selain meningkatkan adab suatu bangsa diplomasi budaya mempunyai peran penting dalam sektor sektor kenegaraan, misalkan dalam sektor ekonomi diplomasi budaya dapat meningkatkan pendapatan perkapita suatu negara. Adanya kerja sama bilateral antar negara membuat para investor melihat adat dan istiadat dahulu sebelum berinvestasi.

### 1.7.2 Budaya Populer

Budaya populer memiliki makna yang luas (Storey 2009:5-9) antara lain:

- a. Budaya populer merupakan budaya yang dicintai banyak orang, hal ini bisa ditunjukkan dengan tingkat penjualan buku, CD, DVD, tingkat kehadiran dalam pertunjukkan musik dan festival.
- b. Budaya populer dapat dimaknai sebagai budaya yang tersisa atau budaya yang inferior setelah menentukan budaya yang termasuk dalam kategori high culture. Budaya yang dimaksud high culture memiliki sifat eksklusif misalkan pertunjukkan opera.
- c. Budaya Populer atau *mass culture* yang apabila bila diartikan budaya massal, Definisi ini merujuk pada budaya yang disukai banyak orang dan dihasilkan secara massal dan dikonsumsi secara massal pula.

Menurut penulis dalam hal ini budaya populer merupakan budaya yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat pada umumnya dapat dikonsumsi semua lapisan masyarakat. Budaya populer dicintai orang banyak karena melekat pada setiap masyarakat yang menikmatinya. Produksi budaya populer sangat meluas dan juga dapat dilakukan inovasi-inovasi terhadap kebudayaan itu sendiri sehingga menjadi *trend* tersendiri di suatu masyarakat.

## 1.8 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan pada penelitian adalah:

1. Manfaat bagi penulis adalah penulis dapat menambah ilmu dan pengetahuan mengenai diplomasi budaya Jepang di Indonesia melalui JKT48
2. Manfaat bagi pembaca adalah turut serta menambah wawasan dan memberikan informasi mengenai idol group Jepang dengan diplomasi budaya Jepang di Indonesia yang menguntungkan bagi kedua negara.

### **1.9 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini ditulis agar lebih memudahkan pembaca melihat, pembahasan yang akan dibahas dalam skripsi ini, disusun sebagai berikut:

Bab I merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisa

Bab II berisi tentang perkembangan diplomasi budaya Jepang di Indonesia dan *Idol Group* Jepang.

Bab III membahas tentang bentuk usaha yang dilakukan oleh JKT48 dalam menjaga hubungan diplomasi Jepang dan Indonesia. Menjelaskan keuntungan dari pertukaran kebudayaan oleh Jepang dan Indonesia melalui JKT48,

Bab IV: kesimpulan