

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya adalah konsep pokok dalam kajian antropologi. Konsep ini biasanya mencakup aspek-aspek seperti pengetahuan, teknologi, nilai, keyakinan, kebiasaan, dan perilaku yang umum bagi manusia. Menurut seorang antropolog Indonesia bernama Koentjaningrat (2011:11), budaya adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar.

Menurut Tylor (1871:1) pengertian budaya atau kebudayaan adalah :

Culture or civilization, taken in its wide ethnographic sense, is that complex whole which includes knowledge, belief, art, moral, law, custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society.

“Budaya atau kebudayaan adalah keseluruhan yang kompleks dan rumit, dimana di dalamnya terkandung ilmu pengetahuan, kepercayaan, kesenian, hukum, moral, adat-istiadat, maupun kemampuan lainnya, serta kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh dari manusia dalam kehidupan dan posisinya sebagai anggota masyarakat.”

Salah satu kebudayaan yang saat ini terus dikembangkan adalah kebudayaan populer. Menurut Venus dan Helmi (2010:72) dalam jurnal “*Budaya Populer Jepang di Indonesia : Catatan Studi Fenomenologis Tentang Konsep Diri Anggota Cosplay Party Bandung*” salah satu pembedaan terpenting dalam masyarakat yang kompleks adalah perbedaan antara budaya populer (*popular culture*) dan budaya tinggi (*high culture*). Budaya tinggi biasanya meliputi musik klasik, syair, tarian, lukisan, novel-novel serius, dan berbagai produk budaya lainnya yang diapresiasi oleh sejumlah kecil orang terdidik atau berstatus sosial tinggi. Di sisi lain budaya populer (seringkali disamakan dengan budaya massa) jauh lebih menyebar dan mudah diakses

oleh semua orang. Kepentingan pokok dari budaya populer ini adalah untuk hiburan dan wujudnya didominasi oleh musik rekaman, komik, film, olah raga dan gaya berpakaian (*fashion*).

Budaya populer menurut Kato (dalam Nugroho, 2016:3) disebut dengan *taishuu bunka* (大衆文化) atau budaya massa. Selain istilah *taishuu bunka* juga terdapat istilah *minshuu bunka* (民衆文化) atau budaya rakyat dan *minzoku bunka* (民族文化) atau budaya bangsa. Budaya massa juga memiliki bentuk pengertian suatu bentuk budaya yang banyak disukai oleh masyarakat, tidak hanya masyarakat Jepang saja tetapi juga disukai oleh masyarakat dari negara-negara lain. Jepang selalu mempertahankan dan memelihara kebudayaan populernya. Budaya populer Jepang atau yang sering disebut *Japanese popular culture* telah berhasil menarik perhatian masyarakat internasional. Craig (2000:6) menjelaskan bahwa salah satu alasan mengapa budaya populer Jepang sangat populer dan diterima di seluruh dunia adalah budaya pop Jepang sangat mengutamakan kualitas yang baik dan kreatifitas tinggi. Menurut Aoyama (dalam Craig, 2000:6) dikatakan bahwa “itu karena mereka berkualitas tinggi, hanya itu saja”. Maksudnya adalah budaya populer Jepang yang sangat populer hanyalah budaya yang berkualitas tinggi namun tidak semua budaya populer Jepang berkualitas tinggi. Budaya populer Jepang sama seperti halnya negara-negara lain yang memiliki budaya populer yang biasa-biasa atau tidak berkualitas tinggi, bahkan budaya populer yang buruk atau tidak berkualitas seperti halnya televisi yang menampilkan penyanyi pop yang menyanyikan lagu yang lucu namun tidak memiliki arti yang penting, dan komik dengan cerita yang membosankan, menampilkan kekerasan, dan pornografi.

Beberapa contoh budaya populer Jepang adalah *j-music* (music dari Jepang), *video game* (permainan), *manga* (komik Jepang), dan *anime* (animasi Jepang). *J-Music* memiliki berbagai jenis seperti *J-Pop*, *J-Rock*, dan sebagainya. *J-Music* tidak hanya populer di Jepang melainkan populer di negara – negara lain. Salah satu contohnya grup idol AKB 48, L’Arc~en~Ciel,

The GazettE, Utada Hikaru dan grup band Baby Metal. Selain *j-music*, *video game* Jepang seperti Playstation, Nintendo, Sega, Atari, dan sebagainya juga sangat populer di Jepang maupun di luar Jepang. Selain *video game* Jepang, *anime* Jepang juga sangat populer di dunia seperti Doraemon, Dragon Ball, Detective Conan, dan Naruto.

Di Jepang, animasi yang disebut dengan *animeeshon* (アニメーション) atau sering disingkat sebagai *anime* (アニメ), mengacu pada seluruh karya animasi yang ada di dunia tanpa memerhatikan darimana asal *anime* tersebut. Menurut Gilles Poitras (dalam Nugroho, 2016:5) dalam bahasa Inggris, kata *anime* sering kali diartikan sebagai “Gaya animasi yang diciptakan oleh Jepang”. Oleh sebab itu pengertian *anime* terdapat dua pandangan, yaitu pandangan dari orang Jepang dan pandangan dari orang luar Jepang. Orang Jepang berfikir bahwa *anime* adalah segala jenis film animasi yang ada di seluruh dunia, namun orang dari luar Jepang berfikir bahwa *anime* adalah animasi yang hanya dibuat oleh Jepang saja.

Animasi pertama di Jepang adalah karya Osamu Tezuka yaitu Leo si Raja Hutan (*Jungle Taitei*), Astro Boy Atom, dan Pangeran Sapphire (*Princess Knight*). Seorang murid dari Osamu Tezuka, Fujio Fujiko menciptakan karya animasi yaitu Doraemon yang sering ditayangkan di Televisi Jepang maupun di dunia (Kim, Jeon, Choi, 2011:150). Doraemon ditayangkan di televisi Indonesia, selain Doraemon, di Indonesia juga ditayangkan *anime* lainnya seperti One Piece, Detective Conan, Dragon Ball, Captain Tsubasa, dan Naruto.

Anime Jepang menyebar ke seluruh dunia dan menjadi alat diplomasi publik Jepang. Beech (dalam Effendi, 2011:72) mengatakan bahwa pada masa Menteri Luar Negeri Taro Aso sampai ia menjabat sebagai Perdana Menteri, budaya populer Jepang mendapatkan perhatian khusus. Hal ini mungkin disebabkan karena ia merupakan penggemar *manga*. Oleh karena itu, ia sempat mengemukakan gagasan tentang “*comic-book (manga)*”

diplomacy". Dalam gagasan tersebut, terdapat dua karakter utama yang ia bahas sebagai duta besar Jepang yaitu, karakter *anime* Doraemon sebagai *anime ambassador* dan Hello Kitty sebagai *tourism ambassador* pada bulan Mei tahun 2008. Kedua karakter tersebut dijadikan sebagai alat diplomasi Jepang dengan pesan dan nilai yang berbeda (Effendi, 2011:72).

Humphrey Taylor dalam buku "Diplomasi publik Jepang perkembangan dan tantangan" (2011:10-11) mengatakan bahwa untuk mengidentifikasi sebuah diplomasi publik dibedakan menjadi dua yaitu diplomasi publik (diplomasi publik abad 21) dan diplomasi tradisional (diplomasi publik tradisional sebelum abad 21) dalam sudut pandang lain. Diplomasi tradisional sering menggunakan "*hard power*" atau menggunakan militer dan ekonomi. Usaha semacam ini terkadang dapat berhasil, namun di sisi lain justru membuka kemungkinan timbulnya kebencian, ketakutan, atau ketidakpercayaan. Dalam diplomasi publik menggunakan "*soft power*". *Soft power* merupakan sebuah kemampuan untuk mempengaruhi orang lain untuk mendapatkan hasil yang diinginkan melalui atraksi dan tanpa paksaan atau pembayaran. *Soft power* suatu negara bersumber dari kebudayaan, nilai-nilai, dan kebijakannya (Nye, 2008:94). Dengan kata lain *soft power* berarti sebuah kekuatan untuk membuat seseorang tertarik dan dapat melakukan hal yang diinginkan tanpa orang lain memintanya atau memaksanya untuk melakukan hal demikian. *Soft power* suatu negara bergantung pada budaya, nilai-nilai, dan kebijakannya. *Soft power* dilakukan dalam kondisi damai yaitu hubungan antar negara yang lebih banyak diwarnai oleh kerja sama, dan dasar dari kerja sama ini adalah sebuah kepercayaan dan saling memahami satu sama lain. (Effendi, 2011:10-16).

Anime Jepang termasuk dalam *soft power* karna merupakan sebuah kebudayaan Jepang yang populer dan Jepang menjadikannya sebagai instrument dalam mempromosikan Jepang. Pemerintah Jepang menyelenggarakan International *Manga Award* pada bulan Mei tahun 2007 di Tokyo yang digagas pada masa Menteri Luar Negeri Taro Aso. Kompetisi

ini dilaksanakan untuk lebih memperkenalkan produk budaya pop Jepang ini dan juga memberikan kesempatan para penggemarnya untuk turut serta memajukan produk ini dengan berkreasi dengan membuat *manga*. Hal utama yang menarik dalam kegiatan ini adalah tentang peserta yang datang dari penjuru dunia yang diberi kesempatan besar untuk menyampaikan pesan atau ide Jepang dan sarana yang tepat untuk diplomasi publik (Effendi:78).

Salah satu *anime* yang sangat populer dan mengandung unsur budaya Jepang di dalamnya adalah *anime* Naruto. Dalam buku “Anakku diasuh Naruto” Musbikin (2009:5) mengatakan bahwa Naruto merupakan karya fiksi yang diciptakan oleh Masashi Kishimoto dan pertama kali diterbitkan di Jepang oleh penerbit *Shueisha* pada tahun 1999 dalam edisi ke-43 majalah *Shounen Jump* (majalah yang berisi kumpulan *manga* yang terbit setiap minggu dengan episode yang berbeda). Naruto merupakan *anime* yang sangat populer di dunia termasuk di Indonesia. Di Indonesia *manga* ini diterbitkan oleh Elex Media Komputindo. Popularitas *manga* dan *anime* Naruto menyaingi *Dragon Ball* karya Akira Toriyama. Karena di Jepang *manga* Naruto berkembang sangat jauh, sukses, kompleks, dan menarik maka dibuatlah versi *anime* dan versi layar lebar bahkan *video game* seperti pada Playstation, Game Boy, dan Nintendo. Naruto juga merupakan *manga* paling terkenal di seluruh dunia yang sejak awal penerbitannya Naruto telah memancing munculnya situs penggemar yang berisi tentang informasi rinci, panduan, dan forum internet tentang *manga* Naruto (Musbikin:2009:05), bahkan banyak yang telah melakukan *cosplay* (menggunakan kostum sesuai dengan karakter *manga* atau *anime*) sebagai hiburan tersendiri maupun untuk mengisi sebuah festival Jepang.

Naruto secara tidak langsung memperkenalkan kebudayaan Jepang seperti halnya *ninja*, makanan Jepang, tempat pemandian air panas di Jepang, dan lain sebagainya. Hal ini menjadikan Naruto sebagai *soft power* yang membuat masyarakat internasional secara tidak sadar mengetahui tentang budaya Jepang dan menyukai kebudayaan Jepang. Oleh sebab itu penulis

ingin meneliti tentang *anime* Naruto sebagai *soft power* Jepang dan mengetahui apa saja budaya yang ada dalam *anime* Naruto yang dijadikan sebagai *soft power* Jepang, serta meneliti apa tujuan Jepang menjadikan *anime* Naruto sebagai *soft power* Jepang.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis memberikan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Budaya populer Jepang sangat populer tidak hanya di Jepang namun di seluruh dunia.
2. *Manga* dan *anime* Jepang merupakan salah satu budaya populer Jepang terpopuler sehingga menjadi *soft power* Jepang.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu budaya populer *anime* Naruto sebagai *soft power* Jepang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengapa *anime* Naruto dapat diterima di seluruh dunia ?
2. Bagaimana *anime* Naruto dapat dijadikan sebagai *soft power* Jepang?
3. Apakah dampak *anime* Naruto sebagai *soft power* Jepang?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui alasan *anime* Naruto dapat diterima di seluruh dunia.
2. Mengetahui bagaimana *anime* Naruto dapat dijadikan sebagai *soft power* Jepang.
3. Mengetahui dampak *anime* Naruto sebagai *soft power* Jepang.

1.6 Tinjauan Pustaka

Soft power Jepang sebelumnya sudah pernah dibahas dalam sebuah penelitian, seperti pada penelitian Yolana Wulansuci (2010) dalam skripsinya yang berjudul “Budaya Populer *Manga* dan *Anime* sebagai *soft power* Jepang” Universitas Indonesia, Depok. Skripsi ini membahas tentang analisis konsep budaya populer Jepang sebagai *soft power* Jepang dan menggunakan *manga* dan *anime* Doraemon sebagai objek analisisnya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yolana mengungkapkan bahwa budaya populer Jepang khususnya *manga* dan *anime* telah menarik banyak masyarakat di seluruh dunia. Faktor-faktor yang menyebabkan *manga* dan *anime* dapat diterima baik di negara Jepang maupun di luar Jepang dikarenakan budaya pop Jepang memiliki kreativitas dan kualitas yang tinggi, mengandung unsur kehidupan, mimpi, dan relevansinya serta memiliki aspek hubungan antar manusia, pekerjaan dan perkembangan spiritualis. Dalam penelitian tersebut Yolana juga mengatakan bahwa budaya populer telah diterima baik diseluruh dunia dan merupakan suatu bentuk *soft power* khususnya *manga* dan *anime*. Melalui *manga* dan *anime*, seperti yang terdapat dalam *manga* dan *anime* Doraemon, Jepang dapat menyampaikan pesan-pesan yang dimilikinya seperti kebiasaan mengekspresikan budaya, kebiasaan hidup, dan pandangan masyarakat Jepang mengenai teknologi, persahabatan yang ingin dijalani Jepang dengan negara-negara lain, dan pentingnya melestarikan lingkungan hidup.

Dari penelitian yang membahas tentang *soft power* di atas diketahui bahwa penelitian tersebut membahas tentang budaya populer khususnya *manga* dan *anime* sebagai *soft power* secara keseluruhan dan menjadikan *manga* dan *anime* Doraemon sebagai contoh *soft power* dalam budaya populer. Dalam penelitian ini penulis tidak menganalisis *soft power* dalam budaya populer *manga* dan *anime* secara keseluruhan. Selain itu

menggunakan objek penelitian yang berbeda, yaitu *anime* Naruto dan penulis hanya memfokuskan penelitian *soft power* yang terdapat dalam *anime* Naruto.

1.7 Landasan Teori

1.7.1 Budaya Populer

Menurut Mukerji (1991) dalam buku *Fiksi Populer: Teori & Metode Kajian* yang ditulis oleh Ida Rochani Adi (2011: 10), istilah budaya populer mengacu pada kepercayaan, praktik, atau objek yang tersebar luas dimasyarakat seperti yang dikatakannya di bawah ini :

Popular culture refers to the beliefs and practices and objects through which they are organized, that are widely shared among a population. This includes folk beliefs, practices and object generated and political and commercial centers.

“Budaya populer mengacu pada kepercayaan, praktek-praktek dan objek yang menyatu dalam kesatuan yang hidup dalam masyarakat. Hal ini termasuk kepercayaan adat, praktek-praktek, dan objek yang diproduksi dari pusat-pusat komersial dan politik.”

Dengan kata lain, kata populer yang sering disingkat dengan “pop”, mengandung arti “dikenal dan disukai banyak orang (umum)”. ”sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya, mudah dipahami orang banyak, disukai dan dikagumi orang banyak” (KBBI: 1989). Menurut Raymond William dalam Storey (2004), istilah populer ini memiliki 4 makna: “banyak disukai orang”, “jenis kerja rendahan”, “karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang”, dan “budaya yang memang dibuat orang untuk dirinya sendiri” (Adi, 2011: 10).

1.6.2 Diplomasi Publik

Dalam melakukan diplomasi terdapat alat diplomasi. Humphrey Taylor (dalam Effendi, 2011) menjelaskan alat diplomasi publik seperti tabel dibawah ini :

Tabel 1 : perbedaan diplomasi sebelum abad ke-21 dan setelah abad ke-21

Diplomasi Publik Tradisional (sebelum abad ke-21)	Diplomasi Publik (sesudah abad ke- 21 hingga kini)
<ul style="list-style-type: none"> - Alat diplomasi dalam diplomasi publik tradisional menggunakan “<i>hard power</i>” (menggunakan kekuatan militer dan ekonomi). - Terkadang usaha semacam ini berhasil, namun di sisi lain menimbulkan kebencian, ketakutan, dan ketidakpercayaan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Alat diplomasi dalam diplomasi publik menggunakan “<i>soft power</i>” (menggunakan kebudayaan, pendidikan, kapabilitas militer maupun ekonomi) - Memunculkan atau membentuk sikap saling menghormati, namun juga menimbulkan ketertarikan

Sumber : Effendi, Tonny Dian. 2011. Diplomasi Republik Jepang: Perkembangan dan Tantangan. Bogor: Ghalia Indonesia.

Berdasarkan tabel diatas kini diplomasi yang digunakan adalah diplomasi publik dan *soft power* sebagai alat diplomasinya. *Public diplomacy* atau Diplomasi publik merupakan salah satu kajian utama dalam studi hubungan internasional. Dalam pendekatan tradisional, diplomasi didefinisikan sebagai sebuah seni bernegosiasi dengan negara lain. Dalam perkembangan diplomat saat ini beberapa ahli berkata bahawa diplomasi telah meninggalkan sisi tradisionalnya, yaitu dominasi negara. telah terjadi perubahan sifat diplomasi yang mana diplomasi mengarah pada manajemen hubungan negara dan aktor hubungan internasional yang lain. Dengan kata lain kini diplomasi publik bertujuan untuk menjalin hubungan antar negara (Barston, dalam Effendi, 2011:6).

Mark Leonard (2002:9) mengatakan bahwa :

Public diplomacy is based on the premise that the image and reputation of a country are public goods which can create either an enabling or a disabling environment for individual transactions. Work on particular issues will feed off the general image of the country and reflect back on to it – in both positive and negative directions.

“Diplomasi publik didasari oleh dasar pikiran bahwa citra dan reputasi merupakan barang publik yang dapat menciptakan lingkungan yang memungkinkan atau tidak memungkinkan untuk transaksi individu. Pada isu-isu tertentu akan memberikan gambaran umum tentang negara tersebut dan merenungkannya kembali ke arah positif dan negatif (Leonard, 2002:9).”

Dengan kata lain diplomasi publik didasari dasar pikiran bahwa citra dan reputasi dapat menciptakan hubungan transaksi antar negara. Cara untuk melakukan diplomasi publik adalah dengan meningkatkan rasa kekeluargaan dengan negara lain agar negara lain menyadari citra dan reputasi sebuah negara. kemudian negara lain bisa menyimpulkan apakah negara tersebut positif atau negatif.

1.6.3 *Soft power*

Dalam kondisi hubungan negara yang damai lebih diwarnai oleh kerja sama. Dasar dari kerja sama ini adalah sebuah kepercayaan dan saling memahami satu sama lain. Kerja sama, kesepahaman, dan saling menghormati ini dapat dilaksanakan dengan kegiatan-kegiatan yang bersifat persuasif dengan menggunakan beberapa sumber daya yang lebih lunak atau disebut juga sebagai *soft power* (Effendi, 2011:16).

Seorang ilmuwan politik Amerika, Nye menjelaskan pengertian *soft power* sebagai berikut :

What is a soft power? It is the ability to get what you want through attraction rather than coercion or payments. It arises from the attractiveness of a country's culture, political ideals, and policies.

“Apa itu *soft power*? Yaitu kemampuan untuk mendapatkan apa yang anda diinginkan melalui daya tarik bukan melalui paksaan atau pembayaran. itu muncul dari daya tarik budaya, ideologi politik, dan kebijakan suatu negara (Nye, 2004:x).”

Dengan kata lain *soft power* berarti sebuah kekuatan untuk membuat seseorang dapat melakukan hal yang diinginkan melalui daya tarik tanpa orang lain memintanya atau memaksanya untuk melakukan hal demikian. *Soft power* suatu negara bergantung pada budaya, ideology politik, dan kebijakan negaranya.

Nye juga menjelaskan sumber *soft power* seperti di bawah ini :

The soft power of a country rests primarily on three resources: its culture (in places where it is attractive to others), its political values (when it lives up to them at home and abroad), and its foreign policies (when they are seen as legitimate and having moral authority).

Soft power dapat bersumber dari tiga hal yang dimiliki oleh suatu negara, yaitu kebudayaan (yang bersifat menarik bagi orang lain), nilai-nilai politik (yang dapat diterapkan di dalam maupun di luar negaranya), dan kebijakan luar negeri (apabila memiliki legitimasi dan otoritas moral) (Nye, 2004:11).

Dalam kutipan di atas dijelaskan bahwa *soft power* juga bersumber dari budaya yang bersifat menarik bagi orang lain, nilai politik, dan kebijakan luar negeri.

Dari kedua kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa *soft power* adalah sebuah kekuatan untuk membuat seseorang dapat melakukan hal yang diinginkan melalui daya tarik tanpa orang lain memintanya atau memaksanya untuk melakukan hal demikian yang bersumber dari budaya yang menarik bagi orang lain, nilai-nilai politik, dan kebijakannya luar negerinya.

1.6.4 *Anime*

Manga dan *anime* merupakan budaya populer Jepang yang sangat diminati di seluruh dunia. *Manga* (漫画) adalah sebutan komik dari Jepang sedangkan *mangaka* (漫画家) adalah komikus yang membuat komik

tersebut. *Manga* yang berhasil dan populer di Jepang akan dibuat dalam bentuk animasi Jepang yang disebut *anime*.

Dalam bukunya *Anime from Akira to Princess Mononoke*, Napier (2001:4) mengatakan pengertian *anime* adalah :

Anime is popular cultural form that clearly builds on previous high cultural traditions. Not only does the medium show influences from such Japanese traditional arts as Kabuki and the woodblock print (originally popular culture phenomena themselves), but also makes use of worldwide artistic tradition of twentieth century cinema and photography. Finally the issues it explores, often in surprisingly complex way, are ones familiar to readers of contemporary "high culture" literature (both inside and outside Japan) and viewers of contemporary art cinema (Napier:2001:4).

“*Anime* adalah sebuah bentuk budaya populer yang dibangun di atas tradisi budaya tinggi sebelumnya. Pengaruh tersebut tidak hanya datang dari kesenian Jepang tradisional seperti kabuki dan ukiyoe (pada awalnya fenomena budaya populer itu sendiri), tetapi juga dipengaruhi oleh tradisi artistik dunia dari sinema dan fotografi pada abad ke 20. Pada akhirnya jika ditelusuri lebih lanjut, *anime* menampilkan sesuatu yang familiar bagi penyuka sastra “budaya kelas tinggi” (baik di Jepang maupun di luar Jepang) dan para penonton seni sinema kontemporer (Napier, 2001:4).”

Berdasarkan kutipan di atas, *anime* merupakan budaya populer yang tercipta dari budaya-budaya terdahulu yang mengalami perkembangan. *Anime* juga dipengaruhi oleh seni budaya dari dunia seperti halnya sinema dan fotografi pada abad ke-20.

1.8 Metode Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan atau melukiskan keadaan objek berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya

(Nawawi dan Martini, 1996:73), dengan cara mendeskripsikan tentang *anime* Naruto kemudian mengumpulkan informasi budaya yang terkandung dalam *anime* Naruto. Penulis kemudian menganalisisnya dan membuat kesimpulan mengenai *soft power* Jepang dalam *anime* Naruto. Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan metode studi kepustakaan. Bahan bacaan yang digunakan adalah buku-buku teks, artikel, dan publikasi elektronik. Bahan bacaan penulisan skripsi diperoleh dari perpustakaan The Japan Foundation, Perpustakaan Kedutaan Besar Jepang, perpustakaan Universitas Darma Persada, perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, dan perpustakaan umum Universitas Indonesia. Penulis juga melakukan pengumpulan data melalui beberapa situs resmi (*Official Website*), *E-Book*, koleksi buku pribadi, dan menyaksikan *anime* Naruto.

1.9 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian bagi penulis adalah untuk menambah wawasan tentang *soft power* Jepang dalam budaya populer Jepang khususnya *anime* Naruto. Penelitian ini dapat menambah referensi perpustakaan tentang *soft power* Jepang dalam *anime* Naruto .

1.10 Sistematika Penelitian

Sistematika dalam penulisan skripsi ini terdiri dari beberapa bab, sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisikan Latar Belakang masalah atau permasalahan, batasan, masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, manfaat penelitian yang hendak dicapai dari penelitian yang ingin dicapai dari penelitian baik bagi penulis maupun bagi pihak – pihak lain, dan sistematika penelitian dalam penulisan skripsi ini.

Bab II : Gambaran umum

Bab ini membahas tentang Naruto sebagai budaya populer kemudian penjelasan tentang cerita, karakter, negeri *ninja*, tingkatan *ninja*, senjata dan alat *ninja* yang ada pada *anime* Naruto.

Bab III : Pembahasan

Bab ini membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan penulis yaitu *soft power* yang terdapat pada *anime* Naruto serta penjelasannya.

Bab IV : Penutup

Bab ini berisikan tentang kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil Analisa dan pembahasan penelitian yang telah dibahas.

