

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Keinginan suatu negara untuk memperluas kekuasaan dan ajaran-ajaran yang dianut negaranya menyebabkan terjadinya penjajahan pada zaman dahulu. Namun, seiring berkembangnya zaman tentunya terjadi banyak perubahan dalam pola pikir dan perilaku manusia. Hal itu memengaruhi bagaimana cara suatu negara memperluas pengaruhnya ataupun membuat negaranya lebih dikenal dalam jenjang internasional.

Terjadinya globalisasi mengubah pola pikir mengenai peluasan kekuasaan dari yang tadinya lebih kepada kekuatan militer dan *hard power*. Dalam artikel yang ditulis oleh Daryl Copeland pada situs themarknews.com, *Hard power* didefinisikan menjadi suatu kegiatan dimana suatu negara memaksa lawannya untuk tunduk kepada negaranya melalui ancaman atau kekerasan (Copeland, 2010). Tujuan yang ingin dicapai dalam konsep ini adalah menaklukkan musuh dengan cara membunuh atau menangkap mereka. Pasca Perang Dingin antara Amerika dan Uni Soviet yang ditandai dengan pecahnya Uni Soviet di tahun 1991 yang memengaruhi seluruh dunia, penggunaan *power* berubah menjadi *soft power*.

*Soft power* berarti menyebarluaskan pengaruh suatu negara melalui cara yang lebih menyenangkan. Pelaksanaan *soft power* juga tidak hanya dapat dilakukan oleh perangkat negara, namun juga oleh individu atau kelompok sipil yang bertujuan untuk menyebarkan sumber-sumber *soft power*, salah satunya budaya.

Jepang sebagai negara maju, menjadi salah satu negara yang giat dalam menyebarkan pengaruhnya ke seluruh penjuru dunia, baik budaya tradisional, bahasa, pendidikan, dan seni. Penyebaran ini disebut sebagai *Cultural Diplomacy* atau Diplomasi Kebudayaan, Diplomasi Kebudayaan merupakan salah satu bentuk dari pelaksanaan *soft power*. Dalam situs [culturaldiplomacy.org](http://culturaldiplomacy.org), sebuah situs untuk institusi diplomasi kebudayaan, *cultural diplomacy* didefinisikan sebagai berikut:

*“Cultural Diplomacy may best be described as a course of actions, which are based on and utilize the exchange of ideas, values, traditions and other aspects of culture or identity, whether to strengthen relationships, enhance socio-cultural cooperation, promote national interests and beyond; Cultural diplomacy can be practiced by either the public sector, private sector or civil society.”*

Terjemahan : Diplomasi Kebudayaan paling tepat dideskripsikan sebagai suatu bentuk tindakan yang berbasis atas dan dengan memanfaatkan pertukaran ide, nilai, tradisi, dan aspek kebudayaan lainnya atau identitas, dimana untuk memperkuat hubungan, menambah kerja sama sosial budaya, mempromosikan kepentingan nasional dan selebihnya; Diplomasi kebudayaan dapat dipraktikkan baik oleh sektor umum, sektor swasta, maupun masyarakat sipil. (Institute Cultural Diplomacy)

Berdasarkan definisi di atas, maka Diplomasi Kebudayaan dapat dikatakan sebagai bentuk pertukaran budaya antar negara dengan maksud menjalin hubungan kerja sama demi kepentingan nasional. Meskipun istilah Diplomasi Kebudayaan baru mulai berkembang sekitar tahun 2000an, namun sebenarnya praktiknya sudah dilakukan selama ratusan tahun. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya jaringan perdagangan antar negara pada jaman dahulu yang tidak hanya menjadi tempat pertukaran ekonomi, namun juga menjadi tempat pertukaran Bahasa, literatur, musik, dan hal lainnya.

Dalam negara Jepang sendiri, Diplomasi Kebudayaan dilakukan dengan beberapa cara. Berdasarkan *Ministry of Foreign Affairs of Japan (MOFA) Diplomatic Bluebook 2020*, MOFA bersama dengan *Japan Foundation (JF)*

bekerja sama melaksanakan berbagai macam proyek mulai dari memperkenalkan budaya dan olahraga Jepang hingga mempromosikan pariwisata dalam negeri, yang bertujuan untuk membentuk citra positif Jepang di luar negeri, meningkatkan *brand* Jepang secara keseluruhan, dan mendorong pemahaman yang lebih dalam mengenai Jepang, juga membina orang – orang yang memiliki ketertarikan atau pengetahuan yang tinggi tentang Jepang dan meningkatkan jumlah pengunjung asing ke Jepang.

Proyek-proyek tersebut dibagi menjadi tiga bidang, yaitu Pendidikan, Olahraga, dan Budaya. Dalam bidang pendidikan, pemerintah Jepang membentuk program pertukaran pelajar dan beasiswa seperti monbukagakusho/MEXT. Pada bidang olahraga, diadakannya acara seperti Sport for Tomorrow (SFT) sebagai bentuk inisiatif kooperatif melalui olahraga. Sedangkan dalam bidang budaya, diadakannya berbagai macam workshop dan festival-festival yang mempromosikan budaya Jepang, baik budaya tradisional seperti upacara minum teh, origami, dan menata bunga, maupun budaya populer Jepang seperti manga, anime dan idol dan lainnya. Berkat diplomasi kebudayaan yang Jepang telah lakukan, kini budaya populer-nya menjadi salah satu ciri khas yang dikenali oleh masyarakat global.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata “populer” yang biasa disingkat menjadi “pop” berarti “dikenal dan disukai banyak (umum)”, “sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya” dan “mudah dipahami orang banyak”. Jadi, Budaya populer dapat disebut sebagai budaya populer karena dikenal dan disukai oleh banyak orang.

Di Jepang, “ポップカルチャー/*poppukaruchaa*” atau dalam Bahasa Indonesia “Budaya Populer” merujuk pada semua budaya yang dinikmati oleh khalayak umum, tetapi istilah tersebut juga digunakan untuk “sesuatu yang sangat menarik dan menyampaikan Jepang modern yang sesungguhnya.”

Khususnya merujuk pada *manga*, *anime*, film, *games*, *light novels*, musik populer, acara televisi, dll., dan tidak hanya berbagai macam karya yang diperkenalkan ke seluruh dunia, namun macam-macam acara diadakan di berbagai negara untuk menyampaikan daya tarik Jepang. (MOFA, 2016)

Berkat itu, banyak orang-orang di seluruh dunia yang menjadi tertarik dengan Bahasa Jepang dan budayanya setelah bersinggungan dengan budaya populer melalui karya dan acara yang diperkenalkan dan diadakan dan menjadi penggemar. Kini, Budaya Populer menjadi salah satu alat penting untuk percaya dan memahami lebih dalam mengenai Jepang.

Salah satu budaya populer Jepang yang banyak memikat ketertarikan masyarakat adalah *idol* atau dalam Bahasa Jepang “アイドル/*aidoru*”. Menurut kamus Bahasa Jepang, secara umum kata “アイドル/*aidoru*” digunakan untuk memuja penyanyi atau aktor yang dipuja. Biasanya ia anak muda yang secara fisik memiliki paras cantik/tampan, mahir menyanyi dan menari (serta memiliki nuansa lucu dan polos). Selain itu, dibayangkan memiliki gambaran bahwa “memiliki banyak penggemar lawan jenis yang dengan antusias mendukung mereka dengan perasaan yang hampir sama dengan cinta”. (Weblio 辞書、<https://www.weblio.jp>)

Di Jepang, sebuah grup *idol* ataupun seorang *idol* berada di bawah naungan suatu perusahaan atau lebih sering disebut sebagai agensi. *Idol – Idol* yang berada dibawah naungan *Johnny's & Associates* (Arashi, Hey! Say! Jump!), *LDH Japan* (EXILE Tribe), dan grup - grup buatan Yasushi Akimoto (AKB48, SKE48) memimpin industri *Idol* di Jepang. Agensi – agensi seperti itu, melakukan audisi untuk anak – anak dan remaja yang nantinya setelah dilakukan penyeleksian akan dilatih untuk menjadi *idol*, saat itu mereka disebut

sebagai *trainee*. Pelatihan ini meliputi kelas menari, menyanyi, akting, dan juga tata krama.

Kerja keras mereka untuk menjadi *Idol* ini menjadi salah satu daya tarik para penggemar untuk mendukung mereka. Semakin banyak jumlah penggemarnya, maka semakin tinggi pula kepopulerannya. Berkat majunya teknologi informasi saat ini, kini klub-klub penggemar para *Idol* Jepang sudah tersebar di seluruh dunia, khususnya di Indonesia.

Di Indonesia, tentunya ada banyak orang-orang peminat *idol* Jepang bahkan hingga membuat komunitasnya sendiri yang terdiri tidak hanya pada remaja namun juga kalangan orang dewasa bekerja yang berkisar umur 20-30 tahun. Diantara usia remaja mulai 12 hingga orang dewasa berusia 30an itu, mahasiswa yang rata-rata berusia kisaran 18 – 29 tahun menjadi peminat *idol* Jepang paling banyak. Sehingga, dalam penulisan penelitian ini, penulis mengkhususkan membahas mengenai minat mahasiswa terhadap *idol* Jepang.

Universitas Darma Persada (UNSADA) adalah salah satu universitas di Indonesia yang memiliki hubungan yang erat dengan Jepang oleh karena itu penulis memilih mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang UNSADA sebagai target penelitian, berdasarkan itu penulis akan menganalisis minat mereka terhadap *idol* Jepang sebagai salah satu bentuk dari *soft power* Jepang

## 1.2. Penelitian Relevan

Dalam penulisan penelitian ini, penulis juga membaca beberapa penelitian yang telah dilaksanakan oleh orang lain, dan menemukan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang penulis buat. Berikut penelitian yang relevan dengan penelitian ini

Penelitian relevan yang pertama merupakan penelitian milik Denny Wahyu Putra Pratama sebuah skripsi yang berjudul “Budaya Populer Idol sebagai Bentuk Soft Power Jepang pada Acara Jogja Idol Festival” tahun 2019. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bagaimana Idol Jepang sebagai salah satu bentuk *soft power* Jepang pada acara Jogja Idol Festival.

Penelitian relevan yang kedua merupakan penelitian milik Ajriya Aliyah Rosmala sebuah skripsi yang berjudul “Pengaruh Budaya Populer J-Pop sebagai Soft Power Jepang terhadap Band J-Pop di Malang” tahun 2020. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa J-Pop sebagai instrumen *soft power* Jepang berhasil memengaruhi band – band di Malang.

Dari kedua penelitian tersebut, persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan teori yang sama yaitu *soft power* dan budaya populer. Kedua penelitian tersebut dengan penelitian penulis juga sama-sama menunjukkan bagaimana budaya populer menjadi *soft power* Jepang. Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan budaya populer *Idol* dan objek penelitiannya adalah mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang UNSADA.

### **1.3. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang melatar belakangi penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. *Soft power* sebagai instrumen utama Jepang untuk menyebarluaskan pengaruh negaranya.
2. Kepopuleran *Idol* Jepang di mancanegara, menjadi salah satu ciri khas yang diketahui masyarakat global mengenai negara Jepang.
3. Terdapat berbagai macam jenis *Idol* yang berkembang di Jepang

4. Terbentuknya klub penggemar *Idol* Jepang di luar negara Jepang, khususnya Indonesia.
5. Minat anak muda terhadap *Idol* Jepang khususnya kalangan mahasiswa
6. Mahasiswa prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang UNSADA yang menyukai *idol* Jepang.

#### **1.4. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi masalah penulisan penelitian ini pada Minat Mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada terhadap J-Idol sebagai pengaruh *Soft Power* Jepang.

#### **1.5. Rumusan Masalah**

1. Seberapa besar minat mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang UNSADA terhadap J-Idol sebagai pengaruh *soft power* Jepang?
2. Apakah para mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang UNSADA mendapatkan gambaran positif mengenai Jepang atau masyarakat Jepang dengan mengkonsumsi konten J-Idol?

#### **1.6. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui seberapa besar minat mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang UNSADA terhadap J-Idol sebagai pengaruh *soft power* Jepang.
2. Mengetahui gambaran positif mengenai Jepang atau masyarakat Jepang yang didapat oleh para mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang UNSADA setelah mengkonsumsi konten J-Idol.

## 1.7. Landasan Teori

Dalam penulisan penelitian ini diperlukan landasan teori yang digunakan sebagai kerangka dasar dalam penelitian ini. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1.7.1. Soft Power

Dalam buku “*Soft Power the Means of Success in World*” *Soft Power* didefinisikan menjadi kemampuan untuk mendapatkan apa yang diinginkan melalui daya tarik daripada paksaan atau tekanan. Hal itu muncul dari daya tarik budaya, idealisme politik, dan kebijakan suatu negara. (Joseph S. Nye, 2004)

Berdasarkan pengertian di atas *Soft power* adalah kemampuan suatu negara untuk memengaruhi negara lainnya melalui sesuatu yang lebih menarik salah satunya adalah budaya, tanpa ada paksaan dibaliknya.

### 1.7.2. Budaya Populer

Budaya populer terdiri dari dua kata yaitu budaya dan populer. Kata budaya berasal dari bahasa Sanskerta “*buddahyah*” yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi* (budia atau akal). Diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi, dan akal manusia. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti (1) pikiran; akal budi: hasil, (2) adat istiadat: menyelidiki bahasa, (3) sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang (beradab, maju), (4) sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan dan sukar diubah. (KBBI daring, <https://kbbi.kemdikbud.go.id>)

Kata populer sendiri, dalam KBBI berarti (1) dikenal dan disukai orang banyak (umum), (2) sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya; mudah dipahami orang banyak, (3) disukai dan dikagumi orang banyak. (KBBI daring, <https://kbbi.kemdikbud.go.id>)

Budaya populer secara kesatuan berarti kebudayaan sederhana yang dibuat oleh masyarakat amatir, yang dapat disukai atau diterima oleh banyak orang, terutama oleh kalangan remaja, serta dalam waktu yang relatif singkat. (John Storey, 2011, dikutip dari Ajriya Aliyah Rosmala, 2020)

Berdasarkan pengertian di atas, Budaya Populer berarti budaya sederhana yang dikenal dan disukai oleh banyak orang.

### 1.7.3.

#### *Idol* ★

*Idol* atau idola pada awalnya adalah sebutan untuk seseorang yang dikagumi ataupun dijadikan sebagai panutan. Namun dengan seiring berkembangnya zaman dan kebudayaan, makna dari kata *idol* bertambah. *Idol* juga digunakan (khususnya di negara-negara asia seperti Jepang dan Korea Selatan) sebagai sebutan untuk penyanyi muda yang memiliki banyak penggemar.

*Idol* (アイドル) adalah seorang *entertainer* muda di Jepang. Dilatih untuk bisa bernyanyi, menari, MC, pengisi suara, model, dan memainkan alat musik. Menarik banyak orang khususnya remaja. (Japan Info, 2019)

## **1.8. Manfaat Penelitian**

### **1.8.1. Manfaat Teoretik**

Dapat dijadikan sebagai sumber referensi maupun bahan kajian untuk penelitian yang lebih lanjut atau yang terkait dengan *Soft power* dan J-Idol.

### **1.8.2. Manfaat Praktis**

Dapat menambah wawasan penulis dan pembaca mengenai idola Jepang dan pengaruhnya atas opini masyarakat negara asing, khususnya Indonesia kepada negara Jepang. Juga, pembaca dapat memahami bagaimana *soft power* berpengaruh besar dalam memberikan penilaian positif kepada suatu negara.

## **1.9. Metode Penelitian**

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis dengan sumber data primer yang didapatkan melalui kuesioner dengan penyebaran secara *online* kepada narasumber yang sudah ditetapkan oleh penulis. Populasi dari kuesioner penelitian ini adalah mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang UNSADA semester 1 – 8 dengan sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

Kemudian ada pula data sekunder yang penulis kumpulkan melalui berbagai macam sumber pustaka seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, serta Diplomatic Blue Book dari Ministry of Foreign Affairs (MOFA) yang akan digunakan sebagai data pendukung untuk data primer dalam penelitian ini.

### 1.10. Sistematika Penulisan

#### Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini penulis akan memaparkan latar belakang, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### Bab II : *Soft Power* dan Budaya Populer Jepang

Dalam bab ini penulis akan memaparkan apa itu *soft power*, bagaimana *soft power* Jepang, diplomasi budaya sebagai salah satu bentuk dari *soft power*, *Cool Japan*, dan *idol* Jepang.

#### Bab III : Analisis Minat Mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang Terhadap J-Idol sebagai *Soft Power* Jepang

Pada bab ini penulis akan menganalisis hasil dari kuesioner minat mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang terhadap J-Idol sebagai *soft power* Jepang.

#### Bab IV : Simpulan dan Saran

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dari hasil analisis, juga saran yang ditujukan penulis kepada pembaca.