

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Lataran Belakang

Jepang merupakan negara maju di Asia yang masih mempertahankan dan memelihara budaya aslinya sehingga mendapatkan perhatian dari negara- negara di dunia. Selain mempertahankan budaya tradisional yang dimilikinya, Jepang juga mengembangkan budaya populernya yang disebut dengan *Japanese Popular Culture* atau disebut dengan budaya populer Jepang. Kato (dalam Nugroho, 2016:3) menjelaskan dalam bukunya *Handbook of Japanese Popular Culture* (1989) istilah budaya populer disebut sebagai *taishuu bunka* (大衆文化) atau “budaya massa”. Selain itu juga terdapat istilah yang disebut *minshuu bunka* (民衆文化) atau budaya rakyat dan juga ada *minzoku bunka* (民族文化) atau budaya bangsa. Budaya massa memiliki pengertian suatu bentuk budaya yang banyak digemari oleh masyarakat, tidak hanya masyarakat Jepang tetapi juga disukai oleh masyarakat di luar Jepang.

Budaya populer Jepang ini berhasil menarik perhatian masyarakat internasional. Beberapa contoh dari produk budaya populer Jepang adalah *manga* (漫画) / komik Jepang, *anime* (アニメ) / animasi, *game* (ゲーム), *J-music*/musik Jepang, dan *dorama* (ドラマ) / serial drama Jepang. Melalui produk budaya populer tersebut, Jepang dapat memperkenalkan nilai-nilai dari budaya tradisional yang dimilikinya. *Manga* dan *anime* saat ini telah menarik banyak peminatnya baik di Jepang maupun di seluruh dunia. Jenis musik Jepang atau biasa disebut dengan *J-music* juga memiliki penggemar yang cukup banyak. Banyak penyanyi dan grup band Jepang yang terkenal di negara luar contohnya seperti, AKB48, Kenshi Yonezu, Miki Matsubara dan One Ok Rock. Begitu pula dengan *game* yang dibuat oleh Jepang, yang telah menarik perhatian masyarakat internasional. Salah satunya contohnya adalah *game Pokemon* yang diminati oleh kalangan anak-anak hingga orang dewasa.

Tidak diragukan lagi budaya populer Jepang sangat menarik perhatian masyarakat dunia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Dalam buku yang berjudul *Japan Pop!: Inside the World of Japanese Popular Culture*, Craig (2000:6) mengatakan ada beberapa faktor yang menjadikan budaya populer Jepang dapat diterima oleh masyarakat Jepang dan masyarakat di luar Jepang, yaitu karena budaya pop Jepang memiliki kualitas dan kreatifitas yang tinggi, seperti yang dimaksud dengan perkataan Oyama (dalam Craig, 2000:6) yaitu, “*It's because they're high quality, that's all.*”.

Salah satu bentuk budaya populer yang Jepang miliki adalah game. Di Jepang, *game* disebut dengan *gēmu* (ゲーム). Masyarakat Jepang menyukai dan menjadikan *game* sebagai salah satu sarana hiburan untuk mereka, karena dengan bermain *game* masyarakat Jepang mendapatkan hiburan, menyegarkan pikiran dan dapat membayangkan diri mereka menjadi salah satu karakter *game* yang dimainkan oleh mereka baik kalangan anak-anak hingga dewasa. Mereka rela mengantri hingga menginap di toko game untuk membeli *game* yang populer. Selain itu Jepang sendiri banyak memiliki *game center* atau dikenal dengan tempat yang memiliki banyak *game* dan selalu ramai dikunjungi orang-orang.

Game memiliki 2 perbedaan secara umum, yaitu *game offline* dan *game online*. *Game offline* adalah *game* yang dapat dimainkan tanpa membutuhkan koneksi internet sedangkan *game online* adalah *game* yang dapat dimainkan dengan menggunakan jaringan internet. Dalam *game online* para pemainnya dapat bertemu dengan pemain lain di *game* yang sama, meskipun para pemain berasal dari satu wilayah negara ataupun dari negara yang berbeda. Saat ini, *game online* banyak diminati oleh orang-orang karena selain untuk menghibur dan mengisi waktu luang, *game online* juga membawa pemainnya bertemu dengan orang-orang baru. *Game online* juga banyak digemari, karena selalu memperbaharui fitur-fitur yang disediakan sehingga membuat orang tertarik untuk memainkannya. Tidak hanya itu, *game online* juga sudah mudah diakses melalui *handphone*, yang sebagian besar orang sudah memilikinya. Maka dari itu, banyak para pelopor *game online* membuat *game* untuk para pengguna *handphone* di dunia, salah satunya adalah perusahaan *Niantic* yang merupakan sebuah perusahaan yang mengembangkan

game Pokemon Go ini. Diambil dari website resminya, *Niantic* merupakan perusahaan yang berasal dari Amerika. Perusahaan ini dibuat pada tahun 2010 dengan nama *Niantic Labs*, lalu pada tahun 2016 perusahaan *Niantic* akhirnya mengeluarkan *game Pokemon Go* (<https://nianticlabs.com/en/about/>).

Melalui website resminya, *Niantic* menjelaskan bahwa *game Pokemon Go* (ポケモン GO) merupakan sebuah *game augmented reality* yang berarti *game* yang dimainkannya menggunakan teknologi *augmented reality* yang berfungsi untuk menambahkan objek ke dalam lingkungan nyata. *Game* ini merupakan *game* yang dapat dimainkan pada *handphone* yang dibuat pada tahun 2016 yang lalu. *Game* ini dimainkan dengan menggunakan sistem *GPS* (Sistem Pemosisi Global), jadi secara keseluruhan *Pokemon Go* dimainkan menggunakan teknologi *augmented reality* yang berfungsi untuk menambahkan objek ke dalam lingkungan nyata dengan menggunakan kamera *handphone* dan juga sistem *GPS* yang digunakan untuk melacak pergerakan pemainnya. Saat pertama kali *Pokemon Go* muncul, banyak orang yang mengunduh *game* ini tidak melalui penyedia aplikasi resmi seperti *Play Store*, yaitu salah satu penyedia aplikasi yang digunakan sebagai tempat mengunduh pada *handphone*, dikarenakan *Pokemon Go* saat itu baru dapat diunduh melalui *Play Store* hanya untuk di beberapa negara saja.

Melalui situs website *The Pokémon Company*, dikatakan *Pokemon* (ポケモン) merupakan sebuah *game* yang dibuat oleh Satoshi Tajiri (<https://corporate.pokemon.co.jp/aboutus/history/>) pada tahun 1995. *Game* ini dikembangkan oleh perusahaan *game* yang bernama *Game Freak Creatures Inc.* (株式会社ゲームフリーク) merupakan salah satu perusahaan pengembang utama dari *game Pokemon*, kemudian perilisasi *game* tersebut dilakukan oleh *Nintendo Co., Ltd* (任天堂株式会社) yang merupakan perusahaan yang menjadi pembuat dan penjual *video game* yang dimiliki oleh Jepang. Juga ada *Creatures Inc.* (株式会社クリーチャーズ) yang merupakan bagian dari perusahaan *The Pokemon Company* dan salah satu pengembang *game Pokemon*. *Game Pokemon* yang pertama kali muncul bernama “*Pokémon Red Version*” dan “*Pokémon Green Version*” dalam bahasa Jepangnya (ポケットモンスター 赤・緑).

Diakatakan pada situs resminya *The Pokémon Company* yang merupakan sebuah perusahaan yang bertanggung jawab atas *game Pokemon* ini, bahwa *game Pokemon* pertama kali muncul di Jepang pada tahun 1996. Permainan *Pokemon* juga berkembang menjadi permainan kartu atau biasa disebut *trading card game* tidak lama setelah *game Pokemon Red Version* dan *Pokemon Green Version* diresmikan. Seiring berkembangnya jaman, *Pokemon* ini tidak hanya berkembang di dunia permainan saja. *Pokemon* berkembang menjadi serial *Anime* pada tahun 1997 di Tokyo, Jepang. Lalu pada tahun 2016 yang lalu, *Pokemon* akhirnya berkembang menjadi aplikasi (<https://corporate.pokemon.co.jp/aboutus/history/>).

Pokemon merupakan salah satu bentuk dari budaya populer yang Jepang miliki. Budaya Populer ini menjadi salah satu bentuk *soft power* yang dibuat oleh Jepang untuk membangun citranya dengan negara lain. *Soft power* dikenalkan pertama kali oleh Joseph S. Nye Jr. melalui bukunya yang berjudul “*Soft Power: The Means To Success In World Politics*” (2004:x). Nye menjelaskan bahwa *soft power* merupakan kemampuan suatu negara dalam mencapai tujuannya dengan menggunakan daya tarik yang dimiliki dibandingkan dengan paksaan melalui militer dan pembayaran dari produk yang negara tersebut tawarkan.

“What is 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.”

Bagi Jepang, budaya populer merupakan salah satu daya tarik yang dimanfaatkan sebagai *soft power* dari negara tersebut dikarenakan budaya poplarnya dapat menarik perhatian masyarakat luar dan menjadi keuntungan untuk negara Jepang. Tidak hanya *soft power* saja, Jepang sebagai negara industri yang maju dan memiliki ekonomi yang kuat juga memiliki kekuatan *hard power* yang diketahui bahwa kekuatan ini membuat kedudukan negaranya menjadi berubah dikarenakan Jepang memiliki pengaruh besar dalam perekonomian dunia. Salah satu contoh *hard power* yang dimiliki oleh Jepang yaitu industri otomotif bahkan indsutri elektronik. Nye (2004:85-86) mengatakan bahwa Jepang memiliki sumber-sumber *soft power* yang lebih berpotensi dibandingkan dengan negara-negara lain

di Asia. Budaya populer Jepang yang tetap menjadi sumber *soft power* yang berpotensi setelah ekonominya melemah.

“Japan has more potential soft power resources than any other Asian countries . . . Japan's popular culture was still producing potential soft power resources even after its economy slowed down.”

Game Pokemon Go memiliki nilai-nilai dari produk budaya populer Jepang seperti, *game*, *anime* dan *manga* yang mampu menarik perhatian dari anak-anak remaja dari luar Jepang. Hal tersebut lah yang membuat ketertarikan terhadap *game Pokemon Go*. Selain itu, *Pokemon Go* mengandung nilai kebebasan seperti mengunduh secara gratis *game* ini dari aplikasi *Play Store*, lalu kebebasan dalam mengatur permainannya seperti karakter yang dibuat dan baju yang digunakan oleh karakter diatur sesuai keinginan para pemain. *Game Pokemon Go* juga membuat para pemainnya melakukan eksplorasi di lingkungan sekitar dan juga berinteraksi dengan para pemain lain.

Game Pokemon Go merupakan hasil dari kerja sama antara 2 perusahaan *game*, yaitu *The Pokemon Company* yang berasal dari Jepang serta *Niantic* yang merupakan perusahaan *game* dari Amerika. Oleh karena itu hubungan dari 2 perusahaan *game* tersebut merupakan bentuk dari *soft diplomacy* negara Jepang. Menurut Joseph S. Nye Jr. dalam jurnalnya yang berjudul “*Public Diplomacy and Soft Power*”, *soft diplomacy* atau biasa disebut publik diplomasi (*Public Diplomacy*) merupakan suatu instrumen yang digunakan oleh pemerintahan untuk menggerakkan sumber daya untuk berkomunikasi dan juga menarik masyarakat dari negara lain.. Dalam hal ini Jepang mempromosikan *Pokemon* sebagai budayanya, dan pada akhirnya karena *Niantic* tertarik dengan *game Pokemon*, maka dibuatlah *game Pokemon Go* ini.

1.2 Penelitian yang Relevan

Ditemukan beberapa penelitian sebelumnya mengenai *soft power* dan *soft diplomacy* yang memiliki peranan cukup penting terhadap penelitian mengenai peran *game pokemon go* sebagai *soft power* dan *soft diplomacy* Jepang.

1. Penelitian yang pertama diambil dari jurnal yang dibuat oleh Iqbal yang berjudul tentang “Budaya Populer Game Pokemon Go Sebagai Soft Diplomacy Jepang”. Jurnal ini terbit pada tanggal 1 Maret 2017, yang diterbitkan oleh Universitas Diponegoro melalui IZUMI. Pada penelitian ini, ia menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian tersebut menjelaskan bagaimana situasi yang dirasakan oleh seluruh masyarakat dunia saat munculnya *Pokemon Go* ini.

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dari penelitian Iqbal adalah sama-sama meneliti mengenai *Soft Power* dan *Soft Diplomacy* dari *game Pokemon Go*. Adapun perbedaannya yaitu, Iqbal menjelaskan dalam jurnalnya mengenai *Pokemon Go* sebagai *soft diplomacy* negara Jepang secara umum dan hanya memfokuskan pembahasan terhadap *Pokemon Go* saja, sedangkan penulis tidak memfokuskan pembahasannya mengenai *Pokemon Go* saja, tetapi penulis akan membahas mengenai *Pokemon* baik dari segi *game* maupun *anime*. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Iqbal dibuat pada tahun 2016 lalu, yang berarti data yang digunakan sudah cukup lama dan perkembangan mengenai *Pokemon* masih belum terbaru, sedangkan penulis menggunakan data dari perkembangan *Pokemon* yang sudah diperbarui saat penulisan ini dilakukan.

2. Penelitian kedua yaitu diambil dari jurnal yang dibuat oleh Rijal yang berjudul “*Pink Globalization: Hello Kitty* sebagai Instrumen *Soft-Diplomacy* Jepang”. Jurnal ini terbit pada bulan Januari-Juni di tahun 2017, yang diterbitkan oleh Cakra Studi Global Strategis (CSGS) Universitas Airlangga. Dalam jurnal yang dibuat oleh Rijal, penelitiannya berfokus menjelaskan tentang *Hello Kitty* sebagai bentuk dari *soft diplomacy* yang dimiliki Jepang.

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dari penelitian Rijal adalah sama-sama meneliti mengenai bentuk dari *Soft Diplomacy* yang digunakan

oleh negara Jepang sebagai sarana untuk membangun citra positif masyarakat dunia terhadap Jepang. Adapun perbedaannya yaitu, dalam sumber pengambilan data. Data yang diambil oleh Rijal adalah *Hello Kitty*. Sedangkan sumber data yang diambil oleh peneliti adalah game *Pokemon Go*.

3. Penelitian yang ketiga yaitu diambil dari skripsi Wulansuci (Juli 2010). Wulansuci merupakan seorang mahasiswa Universitas Indonesia yang menyelesaikan penelitian skripsinya dengan judul “Budaya Populer *Manga* Dan *Anime* Sebagai *Soft Power* Jepang”.

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dari penelitian Wulansuci adalah sama-sama meneliti mengenai bentuk dari *Soft Power* Jepang. Selain itu penelitian ini juga membahas tentang budaya populer yang dimiliki Jepang. Adapun perbedaannya yaitu, dalam sumber pengambilan data yang digunakan dalam penelitian. Sumber data penelitian yang diambil oleh Wulansuci adalah *anime* dan *manga*. Sedangkan sumber data yang diambil oleh penulis adalah *game Pokemon Go*.

4. Penelitian terakhir yaitu diambil dari skripsi Khasanah (2019). Khasanah merupakan mahasiswa Universitas Darma Persada yang menyelesaikan penelitian skripsinya yang berjudul “*Anime Naruto* Sebagai *Soft Power* Jepang”.

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dari penelitian Khasanah adalah sama-sama meneliti mengenai bentuk dari *Soft Power* Jepang. Selain itu penelitian ini juga membahas tentang budaya populer yang dimiliki Jepang. Adapun perbedaannya yaitu, dalam sumber pengambilan data yang digunakan dalam penelitian. Sumber data penelitian yang diambil oleh Khasanah adalah *animasi Naruto*. Sedangkan sumber data yang diambil oleh penulis adalah *game Pokemon Go*.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari apa yang telah diuraikan dalam latar belakang, maka dapat diidentifikasi bahwa masalah yang akan diteliti dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Budaya populer Jepang sangat populer di seluruh dunia.
2. *Game* dari Jepang merupakan salah satu budaya populer Jepang yang populer di dunia sehingga menjadi *soft power* Jepang.
3. *Game Pokemon* dibuat oleh Satoshi Tajiri
4. Kemunculan seri *game Pokemon* pertama kali pada tahun 1996 bernama “*Pokémon Red Version and Pokémon Green Version*”.
5. *Pokemon Go* merupakan kerja sama antara 2 perusahaan yaitu perusahaan *The Pokemon Company* dan *Niantic*.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu budaya populer *game Pokemon Go* sebagai *soft power* dan *soft diplomacy* Jepang.

1.5 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana peran *Pokemon Go* sebagai *Soft Power* negara Jepang?
2. Bagaimana peran *Pokemon Go* sebagai *Soft Diplomacy* negara Jepang?
3. Bagaimana peran negara Jepang dalam menyampaikan pesan melalui *Pokemon Go*?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui peran dari *Pokemon Go* sebagai *soft power* negara Jepang
2. Mengetahui peran dari *Pokemon Go* sebagai *soft diplomacy* negara Jepang

3. Mengetahui peran negara Jepang dalam menyampaikan pesan melalui *Pokemon Go*

1.7 Landasan Teori

1.7.1 *Pokemon Go*

Pokemon Go (ポケモン GO) merupakan *game* yang dapat dimainkan pada *handphone* yang dibuat pada tahun 2016 yang lalu. *Game* ini merupakan *game* yang dibuat oleh perusahaan dari Amerika yang bernama *Niantic*. *Game Pokemon Go* dimainkan dengan menggunakan teknologi *augmented reality* yang berfungsi untuk menambahkan objek ke dalam lingkungan nyata dengan menggunakan kamera *handphone* dan juga sistem *GPS* (Sistem Pemosisi Global) yang digunakan untuk melacak pergerakan pemainnya.

Pokemon Go sendiri merupakan sebuah permainan yang diadaptasi dari sebuah *game* yang dibuat oleh Satoshi Tajiri pada tahun 1995 bernama *Pokemon* (ポケモン). Melalui situs website *The Pokémon Company* (<https://corporate.pokemon.co.jp/aboutus/history/>), *Pokemon* dikembangkan oleh perusahaan di Jepang yaitu *Game Freak Creatures Inc.* (株式会社ゲームフリーク) dan juga *Creatures Inc.* (株式会社クリーチャーズ) lalu dirilis oleh perusahaan yang bernama *Nintendo Co., Ltd* (任天堂株式会社) yang merupakan perusahaan pembuat dan penjual *video game* di Jepang. Seri *game Pokemon* pertama kali muncul bernama “Pokémon Red Version and Pokémon Green Version” dalam bahasa Jepangnya (ポケットモンスター 赤・緑). Dikarenakan *game Pokemon* ini sangatlah diminati sehingga membuat *Pokemon Go* ini menjadi meledak pada awal kemunculannya.

1.7.2 *Soft Power*

Soft power dikenalkan pertama kali oleh Joseph S. Nye Jr. melalui bukunya yang berjudul “*Soft Power: The Means To Success In World Politics*” (2004). *Soft power* yang dijelaskan oleh Nye merupakan kemampuan yang dimiliki suatu negara untuk mencapai tujuannya dengan menggunakan daya tarik (*attraction*) dari negara

tersebut dari pada menggunakan paksaan (*coercion*) atau dengan pembayaran (*payment*).

“What is 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.” (2004:x)

Nye juga menjelaskan bahwa sumber *soft power* adalah budaya yang dapat menarik bagi orang lain, lalu nilai politik dan juga kebijakan luar negeri. Seperti pada kutipan berikut:

“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 legitimate and having moral authority.)” (2004:11)

Dapat diartikan bahwa menurut Nye, *soft power* memiliki 3 sumber utama yaitu budaya yang dapat menarik perhatian orang lain, nilai politik, dan kebijakan luar negeri.

Jadi dapat disimpulkan bahwa *soft power* merupakan kekuatan yang menggunakan daya tarik untuk membuat seseorang dapat melakukan suatu hal yang diinginkan tanpa ada permintaan atau paksaan dari orang lain untuk melakukan hal tersebut yang bersumber dari budaya yang dapat menarik perhatian orang lain, nilai politik dan juga kebijakan luar negeri.

1.7.3 Budaya Populer

Kata “populer” menurut KBBI (<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/populer>) memiliki arti “dikenal dan disukai orang banyak (umum)”, “sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya; mudah dipahami orang banyak”, dan “disukai dan dikagumi orang banyak”. Dalam buku yang berjudul *Fiksi Populer: Teori & Metode Kajian* yang ditulis oleh Ida Rochani Adi (2010:10), Mukerji (1991) mengatakan bahwa:

“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.”

Dapat dikatakan istilah budaya populer mengacu kepada kepercayaan, praktik dan juga objek yang tersebar di masyarakat. Raymond William mengatakan dalam Storey (2004: 10), istilah populer ini memiliki 4 makna, yaitu: "banyak disukai orang", "jenis kerja rendahan", "karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang", budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri" (Adi, 2010:10).

1.7.4 Soft Diplomacy

Menurut Joseph S. Nye Jr. dalam jurnalnya yang berjudul “*Public Diplomacy and Soft Power*” (2008), *soft diplomacy* atau biasa disebut diplomasi publik (*Public Diplomacy*) merupakan suatu instrumen yang digunakan oleh pemerintahan untuk menggerakkan sumber daya untuk berkomunikasi dan juga menarik masyarakat dari negara lain. Dengan *soft diplomacy*, negara berusaha menarik orang atau mempengaruhi negara dan masyarakat lain dengan budaya dan nilai-nilai yang dianutnya dengan cara *soft* dan persuasife.

1.8 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif, yaitu mendeskripsikan permasalahan penelitian kemudian dianalisis. Dalam hal ini teknik pengumpulan data melalui studi pustaka dan yang digunakan bersumber dari buku-buku teks, jurnal ilmiah, e-book dan artikel yang berkaitan dengan *game Pokemon Go*. Bahan-bahan bacaan yang menjadi referensi diperoleh melalui akses internet dan buku-buku yang terdapat di perpustakaan Universitas Darma Persada. Penulis juga melakukan pengumpulan data melalui beberapa situs resmi (*Official Website*) yang terkait dengan *Pokemon* dan memainkan *game Pokemon Go*.

1.9 Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian dikaji tidak lain yaitu untuk memberikan manfaat bagi orang yang membutuhkan hasil penelitian tersebut. Pada penelitian ini, penulis berharap memberikan berbagai macam manfaat. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dalam pembelajaran budaya populer Jepang seperti *game* dan perannya bagi negara

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan kepada pembaca, khususnya pembaca yang sedang mempelajari budaya populer Jepang terutama *game*.

1.10 Sistematis Penulisan

Agar mempermudah pembaca dalam memahami penelitian ini, penulis menggunakan sistematis penulisan yang terdiri dari empat bab sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini merupakan pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematis penulisan.

Bab II : Gambaran umum

Bab ini membahas tentang *Pokemon Go* sebagai budaya populer kemudian penjelasan mengenai perkembangan dari *Pokemon*.

Bab III : Pembahasan

Bab ini membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan penulis yaitu *game Pokemon Go* sebagai *soft power* dan *soft diplomacy* dari negara Jepang dan pesan yang Jepang ingin sampaikan melalui *Pokemon Go*.

Bab IV : Penutup

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