

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Konsep *soft power* pertama kali diperkenalkan oleh Joseph S. Nye yang mengatakan *soft power* adalah sebuah kemampuan untuk mempengaruhi tindakan yang diinginkan melalui daya tarik tanpa melakukan ancaman atau pembayaran. Joseph S. Nye juga menyebutkan *soft power* bertumpu pada 3 sumber yaitu Budaya, Nilai politik dan juga Kebijakan luar negerinya (S.Nye:2004). *hard power* dan *soft power* saling terkait karena keduanya adalah sebuah kemampuan untuk mencapai tujuan dengan mempengaruhi perilaku seseorang. Perbedaannya keduanya hanya dalam tindakan mempengaruhinya, *hard power* mengandalkan kekuatan militer dan paksaan sedangkan *soft power* mengandalkan kekuatan daya tarik dan tanpa paksaan.

Salah satu *soft power* Jepang yang menjadi daya tarik saat ini adalah budaya populernya. Jepang merupakan salah satu negara dengan budaya yang sangat beragam, baik budaya tradisional maupun populer. Budaya populer Jepang yang banyak digemari contohnya seperti *manga*, *anime* dan lain sebagainya. Salah satu cara yang termasuk dalam instrumen *soft power* adalah diplomasi kebudayaan. diplomasi kebudayaan yaitu penyebaran melalui budaya ke negara – negara lain. Kebudayaan sendiri memiliki arti sebagai keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar (Koentjaraningrat,1985:180). diplomasi kebudayaan bisa diartikan sebagai sebuah upaya yang dilakukan sebuah negara untuk kepentingan nasionalnya melalui budaya. Dalam situs resmi *Institute for Cultural Diplomacy*, Diplomasi Kebudayaan diartikan 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." (Institute for Cultural Diplomacy)*

Terjemahan : Diplomasi Kebudayaan dapat digambarkan secara tepat sebagai sebuah rangkaian tindakan, yang berdasarkan pada pemanfaatan pertukaran ide, nilai, tradisi dan aspek budaya atau identitas, apakah untuk memperkuat hubungan, meningkatkan kerjasama dalam sosial budaya, mempromosikan kepentingan nasional dan lainnya; Diplomasi Kebudayaan bisa dipraktikkan oleh sektor publik, sektor swasta atau masyarakat sipil.

Berdasarkan penjelasan diatas bisa dikatakan diplomasi kebudayaan dapat dimanfaatkan sebagai wadah pertukaran ide, nilai, tradisi dan juga budaya untuk memperkuat hubungan dengan negara lain juga upaya untuk mempromosikan kepentingan nasionalnya. Salah satu negara yang berhasil menerapkan *soft power*nya melalui kebudayaan yaitu Jepang. Budaya populer yang dimiliki Jepang seperti *manga*, *anime* dan lain sebagainya menjadi sebuah jembatan untuk mengenal budaya Jepang baik budaya tradisionalnya atau budaya populernya. Untuk melancarkan upaya *soft power* Jepang melalui diplomasi kebudayaan, kemudian dibentuklah sebuah konsep yang disebut *Cool Japan*. *Cool Japan* adalah sebuah program yang dibentuk oleh *Ministry of Economy Trade and Industry* yang memiliki strategi untuk mempererat hubungan dengan negara – negara di dunia dan juga mengembangkan budaya populer Jepang seperti Anime, Manga, musik Jpop dan Idol ke seluruh dunia (<https://www.meti.go.jp>).

Menurut John Storey (2009:5) Budaya populer adalah budaya yang disukai dan diistimewakan oleh orang banyak. Budaya populer dalam situs resmi *Ministry of Foreign Affairs of Japan* (2016) mengatakan budaya populer mengacu pada segala bentuk budaya yang ditunjukkan untuk massa (<https://www.mofa.go.jp>). Budaya populer Jepang yang dimaksud adalah *anime*, *drama*, *manga*, *j-pop* dan lain sebagainya. Di Indonesia sendiri budaya populer Jepang masuk melalui *Anime* yang ditayangkan di layar televisi Indonesia pada tahun 1990-an dan juga beredarnya *manga* Jepang yang sudah diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia (Dewi:2018). Kemudian, *manga* dan *anime* menjadi sangat populer dan menguasai pasar Indonesia. Selain itu, Budaya populer musik Jepang juga mulai dikenal seperti sekarang ini di

Indonesia dengan adanya *idol* JKT48 yang merupakan grup luar negeri pertama dari AKB48 yang berada di Jepang. Dibandingkan dengan *idol* Korea, popularitas *idol* Jepang bisa dibilang masih sangat jauh. Namun dengan zaman dan teknologi yang terus berkembang seperti sekarang ini *idol* Jepang sekarang lebih mudah dikenal oleh banyak orang.

Menurut Gianne Simone *idol* dapat diartikan sebagai laki – laki dan perempuan remaja yang popularitasnya berdasarkan penampilan dan kepribadian mereka daripada bakat menyanyi mereka (Simone:2017). Pada tahun 1971 *idol* mulai banyak ditemukan di televisi dengan mengenakan pakaian yang lucu dan menyanyikan lagu – lagu pop yang manis. Lalu di tahun 1980-an menjadi tahun emas para *idol* atau disebut juga Golden Age of Idols banyak *idol* melakukan debutnya pada saat itu di Jepang contohnya seperti Matsuda Seiko, Onyanko Club. *Idol* pertama kali muncul di Jepang pada tahun 1963 setelah populernya Film Perancis yang berjudul “Cherchez L'Idole” di Jepang (Galbraith dan Karlin:2012). Setelah itu kata *idol* mulai banyak dipakai. Awalnya dipakai pada penyanyi perempuan saja yang kemudian mulai meluas pada penyanyi laki – laki juga. *Johnny & Associates* merupakan perusahaan *idol* pertama yang menaungi *idol* laki - laki di Jepang. *Johnny & Associates* didirikan oleh Johnny Kitagawa pada tahun 1962 dengan grup Johnny's namun perusahaan *Johnny & Associates* terdaftar secara resmi pada tahun 1975. Banyak *Idol* populer yang berasal dari perusahaan *Johnny & Associates* contohnya seperti SMAP, Arashi, Hey! Say! Jump! berhasil memimpin jajaran *Idol* laki – laki di Jepang (<https://www.johnny-associates.co.jp/>). Dengan keberhasilan *Johnny & Associates* dalam industri *idol* laki – laki di Jepang, menjadi pembuka jalan kesuksesan bagi *idol* laki – laki di Jepang saat ini. Salah satu contohnya adalah grup laki – laki yang berisikan mantan finalis dari *Produce 101 Japan season 2* OCTPATH.

OCTPATH merupakan grup yang dibentuk oleh perusahaan Jepang *Yoshimoto Kogyo* mereka diperkenalkan pada akhir 2021 dan melakukan debut resmi

di awal 2022 dengan single pertama mereka yang berjudul “*IT’S A BOP*”. OCTPATH memiliki 8 anggota yang salah satu dari anggotanya merupakan orang Indonesia (<https://octpath-official.com/>). Ketika diumumkannya berpartisipasinya anggota dari Indonesia, OCTPATH menjadi topik hangat yang dibicarakan di media sosial Twitter oleh penggemar. Karena ini kali pertama adanya orang Indonesia berpartisipasi di dalam industri *idol* Jepang. Twitter sendiri merupakan sebuah aplikasi dimana pengguna dapat berbagi informasi berupa foto, video, link bahkan juga teks kepada orang banyak. Twitter dibuat sejak tahun 2006 dan mempunyai pengguna sebanyak lebih dari 400 juta pengguna di seluruh dunia (<https://www.britannica.com/>). Karena itu Twitter menjadi tempat yang mudah untuk bertukar informasi dengan cepat. Termasuk untuk penggemar OCTPATH dalam mengetahui informasi dan juga bertukar informasi tentang OCTPATH kepada orang lain sehingga mereka tertarik untuk mengetahui OCTPATH dan ingin mempelajari kebudayaan Jepang melalui OCTPATH. Melalui konten Youtube dan musik OCTPATH pun para penggemar dapat mengetahui informasi tentang kebudayaan Jepang sehingga membuat penggemar tertarik untuk mengetahui kebudayaan Jepang. Karena itu juga sampai masuk di televisi Indonesia seperti MetroTv dan menjadi pembicaraan di media online Indonesia contohnya seperti InsertLive, IDN Time dan Kapanlagi. Perkembangan popularitas OCTPATH tersebut secara tidak langsung mampu menarik perhatian penggemar untuk mengetahui budaya Jepang melalui OCTPATH. Peneliti tertarik untuk melakukan penulisan tentang “Analisis Ketertarikan Penggemar Terhadap Kebudayaan Jepang Melalui OCTPATH Sebagai Sumber *Soft Power* Jepang (Responden Twitter)”.

## 1.2 Penelitian yang Relevan

Dalam proses 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 :

1. Analisis Minat Mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang Terhadap *J-Idol* Sebagai Pengaruh *Soft Power* Jepang yang ditulis oleh mahasiswi Universitas Darma Persada Reyna Sapphira Rosa pada tahun 2021. Penelitian ini membahas mengenai minat mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada terhadap *j-idol* sebagai pengaruh *soft power* Jepang. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama – sama membahas *idol* sebagai pengaruh *soft power* Jepang. Perbedaan dari penelitian milik Reyna Sapphira Rosa dengan penelitian milik peneliti yaitu penelitian milik Reyna Sapphira Rosa membahas *idol* secara umum sebagai *soft power* Jepang sedangkan penelitian milik peneliti menggunakan OCTPATH sebagai pengaruh *soft power* Jepang dan penelitian milik Reyna Sapphira Rosa menggunakan mahasiswa/i Universitas Darma Persada sebagai objek penelitiannya sedangkan peneliti menggunakan penggemar OCTPATH.
2. Perkembangan *Virtual Youtuber* Sebagai *Soft Power* Jepang yang ditulis oleh mahasiswa Universitas Darma Persada Achmad Jaenuddin Zuhri pada tahun 2022. Penelitian ini membahas perkembangan *virtual youtuber* sebagai *soft power* Jepang. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama – sama membahas *soft power* Jepang. Namun, perbedaan penelitian ini dengan peneliti adalah penelitian ini menggunakan *virtual youtuber* sebagai *soft power* sedangkan peneliti menggunakan OCTPATH sebagai *soft power*.
3. Budaya Populer *Manga* dan *Anime* Sebagai *Soft Power* Jepang yang ditulis oleh Mahasiswa Universitas Indonesia Yolana Wulansuci pada tahun 2010. Penelitian ini membahas budaya populer Jepang *manga* dan *anime* sebagai *soft Power* Jepang. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama – sama membahas *soft Power* Jepang. Namun, perbedaanya dengan penelitian ini dengan penelitian milik peneliti adalah penulisan ini menggunakan budaya populer *manga* dan *anime* sedangkan peneliti menggunakan OCTPATH.

Penelitian ini dan ketiga penelitian tersebut terdapat persamaan yaitu sama – sama menggunakan teori *soft power* dan budaya populer. Ketiga penelitian tersebut dengan penelitian ini juga membahas bagaimana *soft power* Jepang melalui Budaya Populer. Sedangkan perbedaan penelitian milik peneliti dengan ketiga penelitian tersebut adalah peneliti menggunakan budaya populer *idol* OCTPATH sebagai *soft power* Jepang.

### 1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. *Soft Power* menjadi alat utama Jepang dalam menunjukkan kekuatannya di negara lain
2. Budaya populer Jepang sebagai *Soft Power* Jepang
3. Perkembangan *J-Idol* sebagai salah satu sumber *Soft Power* Jepang
4. Terbentuknya OCTPATH dalam menyebarkan kebudayaan Jepang kepada penggemar
5. Ketertarikan penggemar dalam mengetahui budaya Jepang melalui OCTPATH

### 1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi masalah penulisan penelitian ini pada ketertarikan penggemar untuk mengetahui budaya Jepang melalui kepopuleran OCTPATH pada media sosial Twitter penggemar di Indonesia terutama pada wilayah Jakarta.

### 1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah di atas peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana peran OCTPATH sebagai salah satu sumber *soft power* Jepang terhadap minat penggemar dalam mengetahui kebudayaan Jepang?

2. Bagaimana dampak peran OCTPATH sebagai salah satu sumber *soft power* Jepang terhadap minat penggemar dalam mengetahui kebudayaan Jepang?

### 1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui peran dan menganalisis OCTPATH sebagai salah satu *soft power* Jepang terhadap minat penggemar dalam mengetahui kebudayaan Jepang.
2. Untuk mengetahui dampak peran dan menganalisis OCTPATH sebagai salah satu *soft power* Jepang terhadap minat penggemar dalam mengetahui kebudayaan Jepang.

### 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

*Soft Power* di dalam buku milik Joseph S. Nye yang berjudul “*Soft Power: The Means To Success In World Politics*” mendefinisikan *soft power* sebagai kemampuan untuk mempengaruhi suatu tindakan yang diinginkan melalui daya tarik tanpa melakukan ancaman atau paksaan (Joseph S. Nye, 2004)

Menurut Tadamichi Yamamoto dalam wawancaranya pada website *Ministry of Foreign Affairs of Japan* mengatakan bahwa :

“ ソフト・パワーというのは、自分の望むことを相手にも望んでもらうようにする力のことです。大きな特徴は、軍事力や経済力で無理やり従わせるわけではない、ということ。自国の価値観や文化によって相手を魅了し、敬服させてしまう。”

([https://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/listen/interview2/intv\\_01.html](https://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/listen/interview2/intv_01.html))

“*sofuto pawā toiu no wa , jibun no nozomu koto o aite ni mo nozonde morau yō ni suru chikara no kotodesu. ōkina tokuchō wa, gunjiryoku ya keizairyoku de muriyari shitagawaseru wakede wa nai, toiu koto. jikoku no kachikan ya bunka niyotte aite o miryō shi , keifuku saseteshimau .*”

Terjemahan :

Soft Power adalah kemampuan membuat pihak lain menginginkan apa yang kita inginkan. Ciri utamanya adalah tidak memaksa mereka untuk patuh dengan melalui kekuatan militer atau ekonomi. Melainkan dengan cara menarik dan membuat pihak lain menghormati melalui nilai – nilai dan budaya .

Berdasarkan pendapat ahli diatas bisa dikatakan *soft power* adalah sebuah kemampuan untuk mengubah tindakan orang lain melalui daya tarik tanpa menggunakan ancaman dan paksaan.

### 1.7.2 Budaya Populer

*Pop Culture* atau Budaya Populer didalam buku “*Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction (5<sup>th</sup> Edition)*” didefinisikan oleh John Storey sebagai budaya yang disukai dan diistimewakan oleh orang banyak (John Storey, 2009:5)

Menurut Ichiya Nakamura dalam *RIETI Policy Discussion Paper Series* mengatakan budaya populer bahwa :

“古典・伝統芸術や貴族文化に対抗する概念としての流行文化や大衆文化として、緩くとらえておく。ジャンルとしては、マンガ、アニメ、ゲームといった日本の得意分野や、映画、音楽といったアメリカの得意分野、ウェブやケータイといったデジタルの新分野、そして、ファッション、オモチャ、スポーツ、風俗などメディア・コンテンツ以外のものも含む。ポップカルチャーは時代とともに移ろうものであり、国や民族によって状況は異なり、個人にとっても主観によって定義は異なる。”

“*koten dentō geijutsu ya kizoku bunka ni taikō suru gainen toshite no ryūkō bunka ya taishū bunka to shite, yuruku toraete oku. janru toshite wa, manga, anime, gēmu to itta nippon no tokui bunya ya, eiga, ongaku toitta amerika no tokui bunya, webu ya kētai toitta dejitaru no shin bunya, soshite, fasshon, omocha, supōtsu, fūzoku nado media kontentsu igai no mono mo fukumu. poppu karuchā wa jidai totononi utsurō monodeari, kuni ya minzoku niyotte jōkyō wa kotonari, kojini totte mo shukan ni yotte teigi wa kotonaru .*”

Terjemahan :

Budaya populer secara umum diartikan sebagai sebuah konsep yang berlawanan dengan seni klasik/tradisional atau budaya aristokrat. Jenis budaya Jepang yaitu seperti manga, anime, dan video game, untuk jenis budaya Amerika seperti film dan musik, bidang digital seperti web dan ponsel, serta konten non-media seperti fashion, mainan, olahraga, dan adat istiadat. Budaya pop adalah fenomena yang berubah dari waktu ke waktu dan bervariasi dari satu negara ke negara lain dan dari satu kelompok etnis ke kelompok etnis lain. Budaya pop juga didefinisikan secara subyektif secara berbeda untuk setiap individu.

Berdasarkan pendapat ahli di atas bisa dikatakan bahwa Budaya Populer adalah suatu budaya yang berlawanan dengan budaya tradisional dan merupakan budaya yang berkembang di masyarakat seiring berjalannya waktu dan digemari serta dikenal oleh banyak orang.

### 1.7.3 Idol

Menurut Tatsuo Inamasu dalam Jurnal Artikel milik Maho Tokuda (2010) menjelaskan bahwa :

“日本の文脈における『アイドル』とは、70年代以降に生まれた、若者をターゲットにした歌謡ポップス歌手の総称”であり、「従来のスターのカリスマ性」や、歌手としての実力よりも、「性」や「若さ」をアピールして人気を得た存在であるという。” (Tatsuo Inamasu,1999:155-156, dalam Maho Tokuda, 2010:25)

“*nippon teki bunmyaku niokeru “aidoru” to wa, 70 nendai ikō ni umareta, wakamono o tāgetto ni shita kayō poppusu kashu no sōshō deari, jūrai no sutā no karisumasei ya, kashu toshite no jitsuryoku yori mo, “sei” ya “waka sa” o apīru shite ninki o eta sonzaidearu to iu .*”

Terjemahan :

'idola' dalam konteks Jepang adalah istilah umum untuk penyanyi pop yang muncul setelah tahun 1970-an yang menargetkan anak muda, dan mendapatkan popularitasnya dengan menarik 'gender' dan 'penampilan yang terlihat muda' mereka daripada 'kharisma bintang tradisional' atau kemampuan mereka sebagai penyanyi.

Menurut Patrick W. Galbraith dan Jason G. Karlin dalam buku “*Idols and Celebrity in Japanese Media Culture*” mengatakan *idol* merujuk pada penyanyi yang diproduksi dan dipromosikan dengan baik, model dan orang yang dikenal publik melalui penampilan medianya. *idol* bisa laki – laki atau perempuan, mempunyai penampilan yang terlihat muda atau apa adanya dan

menarik bagi kalangan masyarakat. (Patrick W. Galbraith dan Jason G. Karlin, 2012:2)

Dari pengertian diatas bisa dikatakan *idol* adalah penyanyi laki – laki atau perempuan yang mendapatkan popularitasnya melalui penampilan yang terlihat muda dan menarik bagi kalangan masyarakat dibandingkan bakat menyanyinya.

### **1.8 Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2013:9) penelitian kualitatif adalah penelitian yang metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Sedangkan analisis deskriptif menurut Sugiyono (2013:147) adalah sebuah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Sumber yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menerapkan studi kepustakaan yaitu pengumpulan data melalui buku, jurnal, media online atau website, artikel yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Selain itu penulis juga menerapkan teknik pengambilan data kepada para penggemar OCTPATH di Indonesia terutama pada wilayah Jakarta dengan menyebarkan kuesioner melalui media sosial Twitter.

## 1.9 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoretis : menambah wawasan mengenai *soft power* dan Budaya Populer Jepang juga mengetahui bagaimana peran dan dampak OCTPATH sebagai *soft power* Jepang terhadap ketertarikan penggemar dalam mengetahui kebudayaan Jepang.
2. Manfaat Praktis : peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi referensi atau menjadi sumber informasi bagi masyarakat luas. Bagi pembaca juga diharapkan dapat mengetahui dampak dan peran OCTPATH sebagai salah satu sumber *soft power* Jepang terhadap ketertarikan penggemar dalam mengetahui kebudayaan Jepang dan juga untuk mengetahui hasil dari analisa angket google form terhadap ketertarikan penggemar terhadap kebudayaan Jepang melalui OCTPATH sebagai salah satu *soft power* Jepang.

## 1.10 Sistematika Penyusunan Skripsi

Sistematika penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan pada bab ini peneliti menjelaskan latar belakang, penelitian yang relevan, indentifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penyusunan skripsi.

Bab II Kajian Pustaka pada bab ini berisi tentang apa yang dimaksud *Soft Power*, *Soft Power* Jepang melalui Budaya Populer Jepang dan terbentuknya OCTPATH.

Bab III Peran dan Dampak OCTPATH terhadap ketertarikan penggemar dalam mengetahui kebudayaan Jepang pada bab ini berisi tentang peran dan dampak OCTPATH sebagai salah satu sumber *Soft Power* Jepang di Indonesia terutama pada wilayah Jakarta terhadap minat penggemar dalam mengetahui kebudayaan Jepang.

Bab IV Simpulan pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian.