

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Fukushima, Glen. (2015). *Japan's Soft Power*. Tokyo : Japan Foreign Trade Council.
- Galbraith, Patrick W dan Jason G. Karlin. (2012). *Idols and Celebrity in Japanese Media Culture*. London : Palgrave Macmillan
- Hartley, John.(2002). *Communication, Cultural and Media Studies : The Key Concepts*. New York : Routledge
- Keizai Doyukai. (2005). 日本の「ソフトパワー」で「共進化(相互進化)」の実現を : 東アジア連携から、世界の繁栄に向けて. Tokyo : Keizai Doyukai
- Koentjaraningrat.1985. Pengantar Ilmu Antropologi. Jakarta : Aksara Baru
- S. Nye Jr, Joseph (2004). *Soft Power: The Means To Success In World Politics*. New York : PublicAffairs
- Satow, Ernest (1932). *A Guide to Diplomatic Practice (3rd ed)*. London : Longmans, Green and Co
- Simone, Gianni (2017). *Tokyo Geek's Guide: Manga, Anime, Gaming, Cosplay, Toys, Idols & More - The Ultimate Guide to Japan's Otaku Culture*. Vermont : Tuttle Publishing.
- Storey, John. (2009). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction (5th ed)*. London: Pearson Longman.

B. Skripsi

- Rosa, Reyna Sapphira. (2021). *Skripsi*. Analisis Minat Mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang Terhadap *J-Idol* sebagai Pengaruh *Soft power* Jepang.
- Wulansuci, Yolana. (2010). *Skripsi*. Budaya Populer *Manga* dan *Anime* Sebagai *Soft Power* Jepang.
- Zuhri, Achmad Jaenuddin. (2022). *Skripsi*. Perkembangan Virtual Youtuber Sebagai *Soft Power* Jepang.

C. Jurnal/Artikel

Ichiya, Nakamura. (2003). ポップカルチャー政策概論. RIETI Policy Discussion Paper Series 04-P-008. <https://www.rieti.go.jp/jp/publications/pdp/04p008.pdf>. Diakses 28 Agustus 2023.

Koichi, Iwabuchi. (2015). *Pop-culture diplomacy in Japan: soft power, nation branding and the question of 'international cultural exchange'*. International Journal of Cultural Policy, 21:4, 419-432. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10286632.2015.1042469>. Diakses 30 April 2023.

Maho, Tokuda. (2010). ジャニーズファンの思. くにたち人類学会, 5, 21-46. <https://hermes-ir.lib.hitu.ac.jp/hermes/ir/re/18563/kunitachi0000500210.pdf>. Diakses 30 April 2023.

Otmazgin, Kadosh Nissim. (2012). *Japan imagined: popular culture, soft power, and Japan's changing image in Northeast and Southeast Asia*. Contemporary Japan; Journal of the German Institute for Japanese Studies Tokyo, 24:1, 1-19. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1515/cj-2012-0001>. Diakses 25 Mei 2023.

Yasuo, Kurata (2011). ソフト・パワーの活用とその課題 ～理論、我が国の源泉の状況を踏まえて. 立法と調査, (320), 119-138. https://www.sangiin.go.jp/japanese/annai/chousa/rippou_chousa/backnumber/2011pdf/20110905119.pdf. Diakses 5 April 2023.

D. Website

Billboard Japan. (n.d). 【ビルボード】 OCTPATH 『IT'S A BOP』 初週 10 万枚でシングル・セールス首位デビュー. https://www.billboard-japan.com/d_news/detail/108879/2. Diakses 25 Mei 2023.

Copeland, Daryl. (2012, April 26). *Hard Power Vs. Soft Power*. <http://www.themarknews.com/articles/895-hard-power-vs-soft-power>. Diakses 28 Oktober 2022.

Dewi Andam, Putri (2018, Desember 27) Budaya Populer Jepang di Indonesia. <https://japanese.binus.ac.id/2018/12/27/budaya-populer-jepang-di-indonesia/>. Diakses 30 Oktober 2022.

- Jak Japan Matsuri. <https://www.jakjapanmatsuri.id/>. Diakses 7 April 2023.
- Johnny & Associates. <https://www.johnny-associates.co.jp/>. Diakses 30 Oktober 2022.
- Kedutaan Besar Jepang di Indonesia. (2021, April 23). Pemberian Penghargaan Misi Diplomatik Luar Negeri Reiwa Ke-3 (Semester Awal). https://www.id.emb-japan.go.jp/news21_15.html. Diakses 30 April 2023.
- Ministry of Economy Trade and Industry. (2012, Januari). *Cool Japan Strategy*. https://www.meti.go.jp/english/policy/mono_info_service/creative_industries/creative_industries.html. Diakses 29 Oktober 2022. Diakses 5 April 2023.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan (2016, Januari 7) Vol.138 ポップカルチャーで日本の魅力を発信！. <https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/wakaru/topics/vol138/index.html>. Diakses 30 Oktober 2022.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan (2009, 23 Januari). *Press Conference by Minister for Foreign Affairs Hirofumi Nakasone*. https://www.mofa.go.jp/announce/fm_press/2009/1/0123.html. Diakses 23 Januari 2023.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan (2007, 28 November). Magnetism of Japan ～日本のソフトパワーを追って～. https://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/listen/interview2/intv_01.html. Diakses 23 Januari 2023.
- Natalie.mu. (2021, November 18). 「PRODUCE 101 JAPAN」シーズン2 練習生から新グループ OCTPATH 誕生、来週生配信で重大発表 <https://natalie.mu/music/news/454096>. Diakses 18 April 2023.
- OCTPATH Official. <https://octpath-official.com/>. Diakses 30 Oktober 2022.
- OCTPATH - 雨(Ame) Lyric. <https://lyricstranslate.com/en/octpath-ame-lyrics.html>. Diakses 18 April 2023.
- Ogoura, Kazuo. (2012). *From Ikebana to Manga And Beyond: Japan's Cultural and Public Diplomacy Is Evolving*, 7, 3. https://www.globalasia.org/v7no3/cover/from-ikebana-to-manga-and-beyondjapans-cultural-and-public-diplomacy-is-evolving_kazuo-ogoura. Diakses 5 April 2023.

Oxford Learner's Dictionaries. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>
Diakses 5 April 2023.

Produce 101 Japan. <http://produce101.jp>. Diakses 7 April 2021.

Prtimes. (2022, November 16). 映画「カメの甲羅はあばら骨」主題歌、OCTPATH「Like」11月16日発売.
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001560.000000664.html>.
Diakses 18 April 2023.

Prtimes. (2022, April 1). OCTPATH (オクトパス) 最新曲「Perfect」曾田陵介・佐藤友祐 (lol-エルオーエル-) 主演の MBS ドラマ新枠「ドラマシャワー」第一弾作品『不幸くんはキスするしかない!』の主題歌に起用決定. <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001455.000029501.html>.
Diakses 18 April 2023.

Seiichi, Kondo. (2015, Februari 15). 日本のソフトパワー 発信力・交渉力を高める “文化の力”
https://www.academyhills.com/note/opinion/15022501Japanese_softpower.html. Diakses 28 Agustus 2023.

Suzuki, Yoshikatsu (2022, April 7). 国際政治における真のパワーとは何か.
https://www.jfir.or.jp/studygroup_article/8210/. Diakses 5 April 2023.

Utaten. (2021, Desember 16). OCTPATH(オクトパス)のメンバーカラー・身長・誕生日・年齢は?プロフィールを紹.
<https://utaten.com/specialArticle/index/7000>.
Diakses 18 April 2023.

Institute for Cultural Diplomacy. (n.d). *What is Cultural Diplomacy?*.
https://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy.
Diakses 30 Oktober 2022.

E. Video

Metro Tv. (2022, Februari 13). Wawancara Eksklusif Boyband Jepang OCTPATH [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=H8vcXGPnoQo>.
Diakses 7 April 2023.

GLOSARIUM

Agenda setting	: sebuah tindakan untuk menciptakan public awareness (kesadaran masyarakat) dengan menekankan sebuah isu yang dianggap paling penting untuk dilihat, didengar, dibaca, dan dipercaya di media massa.
Attraction	: suatu kualitas yang membentuk suatu keminatan dan juga keinginan pada sesuatu.
Chanoyu (茶の湯)	: sebuah upacara minum teh dimana juga dikenal sebagai upacara atau ritual tradisional Jepang menyajikan teh untuk tamu.
Coercion	: merujuk pada pemaksaan atau ancaman pada suatu pihak untuk membuktikan ketaatan suatu pihak.
Command	: merupakan suatu usaha untuk memberikan instruksi, memerintah, meminta kepada suatu pihak.
Co-optive	: merujuk pada usaha atau kegiatan yang dilakukan dengan bersama untuk mencapai tujuan bersama.
Defisit fiscal	: kebijakan pemerintah dimana pengeluaran negara lebih besar daripada pendapatan negara
Dumping	: kebijakan mengekspor barang dan menjualnya dengan harga miring agar dapat menguasai pasar di negara tersebut.
Economy inducement	: merujuk pada pembayaran atau suap pada suatu pihak untuk membuktikan ketaatan suatu pihak.
Hard power	: adalah sebuah tindakan mempengaruhi melalui ancaman dan pembayaran.
Ikebana (生け花)	: sebuah seni tradisional merangkai bunga di Jepang
Intangible asset	: aset yang tidak terwujud namun mempunyai dampak atau nilai.
Kabuki (歌舞伎)	: sebuah seni teater tradisional Jepang yang menggabungkan

unsur tari, pantomim, musik dan drama.

- Market disruption : situasi di mana pasar berhenti berfungsi secara teratur, biasanya ditandai dengan penurunan pasar yang cepat dan besar.
- Negara vassal : negara vasal adalah negara yang sepenuhnya berada di bawah kekuasaan negara lain secara Internasional.
- Photo log : penyebutan untuk sebuah konten berbayar berupa foto keseharian Idol OCTPATH untuk para penggemar.
- Sister grup : Penyebutan untuk grup – grup lain di dalam 48 Family. Contohnya seperti AKB48 mempunyai sister group seperti JKT48, HKT48, NMB48
- Soft power : sebuah kemampuan mempengaruhi tindakan yang diinginkan tanpa melalui ancaman dan pembayaran.
- Tangible asset : aset berwujud yang berbentuk fisik dan mempunyai nilai.

