

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan majunya sebuah negara di zaman era globalisasi ini dapat dilihat dari berbagai aspek seperti dalam bidang ekonomi, bidang politik, bidang industri dan bidang teknologi. Jepang sendiri merupakan negara yang maju dan unggul dapat dilihat dalam berbagai aspek yang mendukung negara Jepang tersebut. Selain majunya dalam berbagai bidang, Jepang juga dikenal sangat menghargai berbagai kultur yang memiliki beragam keunikan yang berbeda dengan negara-negara yang lainnya. Jepang sendiri memiliki industri musik dan juga industri hiburan yang sangat maju dan berkembang, Jepang juga memanfaatkan peluang bukan hanya bagi negara Jepang tetapi untuk semua negara. Peluang tersebut dalam industri musik dan hiburan seperti *anime*, *film*, dan bahkan *idol group* yang di nikmati didukung tidak hanya oleh orang Jepang, tetapi juga oleh orang asing.

Daya tarik Jepang lainnya adalah musik pop Jepang, yang dikenal sebagai musik pop Jepang. J-POP pertama kali muncul pada tahun 1980-an dan terus berkembang sejak saat itu, serta masih dikenal luas diantara anak muda hingga saat ini. J-POP mulai populer baik di Jepang maupun di luar Jepang dengan munculnya musisi-musisi yang terkenal seperti GLAY, KANA BOON, Lisa, dan Namie Amuro. Popularitas J-POP tidak hanya bergantung pada popularitas musisi, tetapi juga pada popularitas idola yang merupakan subkultur dari budaya populer Jepang (Aoyagi, 1999).

Idol (アイドル) telah menjadi slogan bagi para *entertainer* muda Jepang. *Idol* dapat berperan sebagai penyanyi, pengisi suara, dan model. *Idol* menggambarkan dirinya sebagai seseorang yang harus tampil bahagia dan ceria, serta memiliki bakat dan sifat yang menghibur pengunjung. Berbicara atau mengedipkan mata dengan manis sambil

bernyanyi atau menari untuk penggemar, diharapkan para penggemar akan lebih mencintai *Idol*. *Idol* Jepang menyampaikan citra positif negara Jepang melalui lagu hingga pakaian yang dipakai seorang *idol*. Salah satu *idol* paling populer di Jepang adalah AKB48. Didirikan pada tahun 2006, AKB48 membawa konsep baru ke pasar hiburan Jepang dan berhasil menjadi *idol* nasional Jepang hingga saat ini. Kepopuleran AKB48 mendorong manajemennya untuk melebarkan sayapnya dengan membentuk *group* yang serupa di berbagai tempat, baik di Jepang maupun di luar Jepang. AKB48 adalah sebuah *group* yang berbasis di Akihabara, Tokyo, yang diproduksi oleh Yasushi Akimoto. Beliau adalah seorang produser yang membentuk *group* bernama Onyako Club di tahun 1980. Dengan konsep yang berbeda dari *idol group* lainnya 「会いに行けるアイドル」 *Ai ni ikeru aidoru*, yang artinya *idol* yang dapat dijumpai dan selain itu mereka tampil setiap hari di *teater* eksklusif AKB48. AKB48 sendiri bersama 48 *group* lainnya memiliki visi dan misi mewujudkan konsep "*idol you can meet*" yang artinya *idol* yang dapat ditemui kapan saja. Setiap hari mereka menampilkan penampilan yang membuktikan bahwa mereka adalah *idol* sejati melalui perkembangan mereka dan juga menampilkan pertunjukan yang mengesankan banyak orang melalui lagu yang mereka nyanyikan.

Tidak hanya AKB48, Yasushi Akimoto juga mulai melebarkan sayapnya dengan membentuk *idol group* di Jepang maupun di luar Jepang. *Sister group* yang berbasis di Jepang seperti, SKE48 (Sakae), NMB48 (Namba), HKT48 (Hakata), NGT48 (Niigata), dan STU48 (Setouchi). Sedangkan *sister group* yang berbasis di luar Jepang seperti JKT48 (Jakarta), BNK48 (Bangkok), MNL48 (Manila), SGO48 (Saigon), AKB48 Team TP (Taiwan) dan AKB48 Team SH (Sanghai). Selain AKB48 terdapat *idol group* Jepang yang terkenal dan populer di kalangan para perempuan seperti ARASHI dan Snow Man. Arashi (嵐, Badai) adalah *idol group* Jepang yang terdiri dari Satoshi Ohno, Sho Sakurai, Masaki Aiba, Kazunari Ninomiya dan Jun Matsumoto. Selain itu, Snow

Man adalah *idol group* Jepang yang dibentuk pada tahun 2012 oleh Johnny & Associates. *Group* ini dulunya merupakan sub-unit dari *group trainee* Johnny & Associates bernama Johnny's Jr. sebelum kemudian menjadi Snow Man.

Idol Group Jepang yang diproduksi oleh Yasushi Akimoto, dimulai dengan AKB48 di Akihabara, diproduksi di luar Jepang dengan konsep lagu, kostum dan lainnya sama dengan AKB48, dan tercipta JKT48 yang merupakan *sister group* yang pertama kali di luar Jepang yang berada di Jakarta. JKT48 yang dibentuk sebagai *sister group* AKB48 oleh manajemen Jepang (KKS), dengan segala daya tariknya dilihat sebagai sebuah usaha Jepang untuk memperkuat posisi mereka dalam hubungan Jepang Indonesia. JKT48 dibentuk pada tahun 2011 dengan 33 anggota saat pertama kali debut dan pada tahun 2023 setelah debut mereka, kini berjumlah 43 anggota yang dipimpin oleh Shani Indira Natio. JKT48 melewati tahapan yang sama dengan AKB48, mereka melewati beberapa tahapan pertama adalah audisi untuk menampilkan bakat seperti menari dan juga menyanyi. Setelah menerima audisi dan melalui berbagai proses untuk menjadi anggota JKT48, akhirnya mereka menjadi anggota tetap. JKT48 mengusung konsep seperti kakaknya AKB48 "*idol you can meet*" yang artinya bahwa penggemar dapat bertemu mereka kapan saja melalui pertunjukan setiap hari yang bertempat di *teater* mereka yang bernama JKT48 THEATER di FX Sudirman, Jakarta.

JKT48 mengubah remaja menjadi *idol* yang dicintai semua orang, karena tahapan untuk menjadi seorang *idol* sangat sulit bagi setiap remaja. Oleh karena itu, JKT48 memiliki visi dan misi yang sama dengan AKB48, berusaha untuk menjadi *idol* sejati, dan memiliki kesamaan untuk tumbuh bersama penggemar dalam setiap prosesnya. Seluruh anggota JKT48 bekerja keras untuk aktivitas mereka. Tidak hanya dapat bernyanyi dan menari di atas panggung, tetapi juga dapat menampilkan bakat dan penampilan. Seperti contohnya dari beberapa

anggota yang mampu membawa nama mereka sendiri bahkan bisa membawa nama JKT48 atau AKB48, salah satunya adalah Melody Nurramdhani Laksani yang biasa disapa dengan Melody. Melody yang dipercaya menjadi Duta Pertanian dan Pangan ASEAN 2018. Selain Melody, ada juga anggota yang bersinar di ajang bergengsi Indonesia Movie Actors Awards 2021, yaitu Fransisca Saraswati Puspa Dewi yang biasa disapa dengan Sisca JKT48, di mana dia mendapatkan penghargaan dalam kategori “Pemeran Pendatang Baru Terfavorit” dalam *film Sobat Ambyar*. Anggota lain yang cukup dikenal oleh masyarakat di luar penggemar JKT48 adalah Adhistry Zara yang bermain *film* yang populer dikalangan remaja yaitu “Dua Garis Biru”.

Berkat keragaman budaya dan kekayaan budaya Jepang yang diciptakan oleh *idol* group JKT48 dan AKAB48, *idol group* populer di seluruh dunia terutama di Indonesia. Namun pada akhirnya terjadi tantangan bagi Jepang. Tantangan yang dihadapi seperti persaingan dikarenakan Jepang memiliki beragam *idol* di mana setiap idol memiliki keunikan masing-masing. Selain itu menyesuaikan konsep dengan selera lokal, di mana selera setiap masing negara berbeda sehingga harus menyesuaikan konsep serta tampilannya dengan selera lokal. Salah satu solusi untuk tantangan ini adalah *Cool Japan Initiative* (Kebijakan Jepang Keren) di mana pemerintah menggunakan budaya mereka untuk menjadi negara adidaya.

Istilah *Cool Japan* atau クールジャパン pertama kali diperkenalkan oleh Douglas McGray dalam artikel tahun 2002 berjudul "*Japan's Gross National Cool*". Menurutnya, Jepang memiliki bakat dan popularitas yang tidak terbatas dalam budaya Jepang. Bidang kebudayaan cukup dikenal di negara tetangga, khususnya di Indonesia. Pada masa kejayaannya, Jepang dapat menjadi negara *hard power* dalam budaya. Tetapi bukan hanya dalam budaya tersebut ada dalam bidang ekonomi maupun teknologi yang membuat Jepang juga menjadi negara yang kuat. Pemerintah Jepang mengadopsi konsep tersebut dan

menggunakan istilah tersebut sebagai merek dagang untuk produk Jepang. *Cool Japan Initiative* memungkinkan pemerintah Jepang untuk memasarkan industri kreatifnya baik di Jepang maupun di luar Jepang, seperti Indonesia. Dalam hal ini, pemerintah Jepang juga mendukung para pelaku industri kreatif Jepang agar mampu bersaing secara global (Japan Times, 2002). Pemerintah Jepang semakin mengembangkan setiap strategi untuk memasarkan industri kreatif mereka seperti lagu, kerajinan tangan, pertunjukan seperti teater dan juga lewat sebuah *idol group* yang beragam dari karakter, lagu hingga kostum-kostum yang mereka gunakan saat tampil. Beberapa *group* yang dikenal hingga bisa dikenal hingga sukses di tingkat internasional seperti PERFUME, NIZIUI, IZONE dan bahkan AKB48.

Selain *hard power* yang artinya Jepang ingin menjadi negara yang kuat dalam segala aspek, ada juga *soft power* yang bertujuan untuk menarik pihak lain melalui penjualan seperti penjualan komik (*manga*), CD (J-pop), animasi *video*, (*anime*) dan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa jutaan orang di seluruh dunia tertarik dengan produk kreatif Jepang, dan pemerintah Jepang berusaha agar kecintaan masyarakat terhadap hal-hal yang berhubungan dengan Jepang menjadi daya tarik bagi Jepang. Selain itu akan meningkatkan kemampuan Jepang untuk melakukan apa yang Jepang mau.

Dengan adanya *Cool Japan* tersebut dan juga munculnya *idol group* khususnya yang ada di Indonesia merupakan bentuk diplomasi budaya Jepang untuk bekerjasama dengan Indonesia. Indonesia dan Jepang telah menjalin kerja sama dalam hubungan diplomatik sejak 20 Januari 1958. Kedua negara bekerja sama tidak hanya dalam bidang kebudayaan, tetapi juga dalam berbagai bidang. JKT48 digunakan oleh pemerintahan Jepang sebagai tanda persahabatan dengan melakukan *Project SMILE TOHOKU*, di mana tujuan kegiatan tersebut untuk meningkatkan kembali semangat orang-orang Tohoku di Jepang, yang terkena bencana Tsunami pada tahun 2011. Dalam kegiatan ini, beberapa

anggota dari JKT48 datang dan turut untuk memberikan semangat kepada orang-orang Tohoku.

JKT48 dan AKB48 telah berkontribusi dalam persahabatan antara Indonesia dan Jepang. Sejak saat itu, hubungan diplomatik kedua negara semakin kuat dan kerja sama terus berlanjut hingga saat ini. Di satu sisi, Jepang sendiri memainkan peran diplomasi budaya di mana media massa menampilkan program tersebut sebagai sesuatu yang menarik tidak hanya bagi orang Jepang sendiri, tetapi juga mereka yang berada di luar Jepang.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai “Hubungan *Cool Japan* Terhadap Diplomasi Budaya Melalui *Idol Group* AKB48 Dan JKT48”.

1.2 Penelitian yang Relevan

Penelitian milik penulis berjudul “Hubungan *Cool Japan* Terhadap Diplomasi Budaya Melalui *Idol Group* (AKB48 dan JKT48)” belum pernah diteliti sebelumnya, namun ada beberapa kajian terkait *idol group* Indonesia dan Jepang serta diplomasi budaya. Berikut beberapa penelitian :

1. Penelitian oleh Stevanie (2022) dari Universitas Darma Persada berjudul “Diplomasi Budaya Jepang Melalui *Idol Group* Lokal di Indonesia”. Dalam penelitian ini membahas mengenai pengaruh budaya *idol group* Jepang kepada *sister group* lokal di Indonesia dalam menyebarkan budaya populer Jepang. Dalam menyebarkan budaya tersebut disebutkan diplomasi budaya Jepang melalui salah satu produk dari budaya populernya yaitu *sister group* sudah tersebar ke seluruh dunia termasuk di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan metode mengumpulkan data tertulis berupa

studi kepustakaan dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemunculan *idol group* lokal di Indonesia sebagai hasil dari diplomasi budaya Jepang dipengaruhi karena kepopuleran konsep *idol group* Jepang yang masuk ke Indonesia.

2. Penelitian oleh Bima Prawira (2016) dari Universitas Indonesia berjudul “Diplomasi Publik *Cool Japan* Jepang di Indonesia, Studi Kasus: *Idol group* JKT48. Dalam penelitian ini membahas mengenai di mana *idol group* AKB48 menggunakan nilai-nilai ala Jepang, yang disadur dari *sister group* mereka yang kemudian dibawa ke Indonesia JKT48. JKT48 menemukan popularitasnya di Indonesia. Penggemar berat JKT48 pun bermunculan di Indonesia. Ini adalah pertanda dari berhasilnya diplomasi publik *Cool Japan* Jepang di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dan wawancara. Studi pustaka yang dilakukan sendiri berkenaan dengan diplomasi publik Jepang, *soft power* dari Joseph Nye, hingga ideologi dari Patrick Galbraith.
3. Penelitian oleh Bagus (2013) dari Universitas Indonesia berjudul “Analisis *Cool Japan* dalam politik dan ekonomi luar negeri Jepang periode 2002-2013”. Dalam penelitian ini membahas mengenai *Cool Japan* yang merupakan bagian dari kebijakan Jepang dalam menguatkan citra baiknya di mata dunia. Sejak 2004, *Cool Japan* digunakan sebagai instrumen dalam diplomasi publik Jepang. Hingga 2009 *Cool Japan* diberdayakan dalam berbagai kegiatan diplomasi publik oleh MOFA. Namun sejak 2011, *Cool Japan* menjadi komoditas dan strategi dalam pengembangan industri kreatif Jepang. *Cool Japan* diketahui memiliki keunggulan sebagai alat diplomasi publik Jepang. Metode penelitian yang

digunakan adalah penelitian kualitatif pada pendekatan interpretatif, di mana metode tersebut berusaha memahami mengapa orang-orang melakukan sesuatu, mengenai nilai atau kepercayaan yang dimiliki, atau keputusan yang diambil. Selain menggunakan pendekatan interpretatif, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan analisis dokumen untuk menjelaskan alasan pemerintah Jepang menjadikan budaya populer (*Cool Japan*) sebagai alat untuk mendukung diplomasi publik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya populer Jepang (*Cool Japan*) bukan sekadar instrumen *soft power* semata, melainkan budaya populer Jepang juga menjadi komoditas dalam ekonomi global, yaitu sebagai komoditas dalam industri kreatif Jepang.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah yang tertulis di atas, penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

- 1) Konsep *idol group* Indonesia dan Jepang "*idol you can meet*" dalam industri yang relatif naik turun di masyarakat Indonesia dan Jepang.
- 2) Pengaruh JKT48 & AKB48 sebagai *idol group* asal Indonesia dan Jepang sebagai produk diplomasi budaya di masing-masing negara tersebut.
- 3) Dampak *Cool Japan* terhadap pengaruh masuknya budaya Jepang dalam manajemen *idol group*.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis membatasi masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini akan fokus pada diplomasi yang menjembatani antara Indonesia dan Jepang dan

sekaligus bagaimana *idol group* Jepang dan Indonesia bisa menjadi wadah atau tempat yang strategis untuk mengembangkan dan mempromosikan *Cool Japan* melalui *idol group*.

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, berikut ini dipaparkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1) Apa saja dampak dari diplomasi budaya melalui *idol group* tersebut?
- 2) Bagaimana upaya pemerintah Jepang dalam menyebarkan kebudayaannya melalui *idol group* Jepang pada dunia?
- 3) Apa peran JKT48 dalam mempromosikan budaya populer Jepang di Indonesia?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah diuraikan di atas, tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Mengetahui dan menganalisis apa saja dampak yang terjadi dalam diplomasi budaya melalui *idol group*.
- 2) Mengetahui dan menganalisis bagaimana upaya pemerintah Jepang dalam menyebarkan kebudayaannya melalui *idol group* Jepang pada dunia.
- 3) Mengetahui dan menganalisis peran JKT48 dalam mempromosikan budaya populer Jepang di Indonesia.

1.7 Landasan Teori

Landasan teori yang melandasi penulisan ini adalah teori mengenai diplomasi budaya dan *Cool Japan*. Perihal diplomasi budaya disampaikan oleh Tony Dian Effendi (2011) dan Joseph Nye (2004). Kemudian teori mengenai *Cool Japan* disampaikan oleh McGray (2002).

Selanjutnya teori tentang *idol* disampaikan oleh Patrick W. Galbraith and Jason G. Karlin (2012).

1.7.1 Diplomasi Budaya

Menurut Effendi (2011) diplomasi budaya diartikan sebagai wadahnya sebuah negara yang berkaitan dengan diplomasi publik. Diplomasi publik maupun diplomasi budaya menjadi satu kesatuan karena peran budaya meningkatkan kesepahaman satu sama lain untuk memperluas kerja sama budaya dan usaha dari sebuah negara untuk mencapai suatu hasil yang ingin dicapai dari dua negara tersebut. Menurut Nye (2008) Jepang memiliki sumber daya dan potensi yang lebih besar untuk mengerahkan *soft power* dibandingkan negara tetangganya. Jepang telah menjadi pemimpin dalam penggunaan diplomasi publik dan *soft power* untuk meningkatkan pengaruh globalnya. Setelah Perang Dunia Kedua, Jepang mengadopsi kebijakan luar negeri yang bertujuan mempengaruhi dunia melalui sumber daya budaya dan ekonominya. Pendekatan ini, sering disebut sebagai “*Cool Japan*”.

Dari pernyataan di atas dapat diartikan bahwa diplomasi adalah proses penting dalam hubungan internasional yang menggabungkan diplomasi budaya ataupun publik dalam hal negosiasi, komunikasi dan interaksi antar negara atau organisasi internasional.

1.7.2 *Cool Japan*

Menurut McGray dalam artikelnya di Japan Times yang berjudul “*Japan's Gross National Cool*” (2002), “*Cool Japan*” (mode, makanan, animasi, barang sehari-hari, kerajinan tangan tradisional asal Jepang) semakin populer di seluruh dunia. Secara khusus, ini memiliki potensi yang signifikan sebagai industri di negara-negara berkembang termasuk di Asia. *Cool Japan* sendiri

sekarang digunakan untuk merujuk pada dorongan pemerintah Jepang untuk mendorong penyebaran budayanya ke seluruh dunia untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

Dari pernyataan di atas dapat diartikan bahwa *Cool Japan* adalah upaya Jepang menggunakan budaya populer ini sebagai alat diplomasi budaya untuk mempromosikan citra positif Jepang di dunia dan untuk meningkatkan pengaruh ekonomi dan budayanya di dunia.

1.7.3 Idol

Secara umum *idol* digambarkan sebagai sekelompok orang yang berisi perempuan maupun laki-laki yang menari dan bernyanyi bersama-sama. Menurut Galbraith & Karlin (2012). *Idol* sendiri merupakan sebuah kata yang digunakan di Jepang untuk merujuk kepada penyanyi, model, dan tokoh media yang diproduksi dan dipromosikan dengan baik. *Idol* laki-laki maupun perempuan dan cenderung berusia muda atau bisa menampilkan penampilan dengan baik. *Idol* tampil lintas *genre* dan platform media yang saling terhubung pada saat yang bersamaan. Mereka diharapkan tidak hanya berbakat dalam satu hal, tetapi juga menguasai hal lain, seperti bernyanyi, menari atau berakting.

Dari pernyataan di atas dapat diartikan bahwa *idol* adalah hubungan emosional yang kuat antara penggemar dan *idol*, dan penggemar secara aktif berpartisipasi dalam mendukung dan mengikuti kehidupan dan pekerjaan *idol*.

1.8 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Bogdan & Biklen, s (1992) penelitian kualitatif adalah langkah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan atau ucapan, serta perilaku orang yang diamati. Bertujuan mendapatkan pemahaman

yang bersifat umum terhadap kenyataan sosial dari sudut pandang partisipan. Selain itu dalam penelitian ini, metode deskriptif analitis bertujuan untuk mentransformasi kumpulan data yang diperoleh dan masih mentah, yang dibentuk dalam bentuk informasi yang ringkas, menjadi informasi yang mudah dipahami.

1.9 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian “Hubungan *Cool Japan* Terhadap Diplomasi Budaya Melalui *Idol Group* Indonesia dan Jepang (JKT48 DAN AKB48)” adalah sebagai berikut :

1 Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini, manfaat teoritis adalah untuk mengembangkan sistem ilmu pengetahuan yang menarik bagi setiap peneliti, penulis berharap bahwa penelitian ini bermanfaat dalam penelitian tentang hubungan *Cool Japan* terhadap diplomasi budaya melalui *Idol group*.

2 Manfaat Praktis

Untuk memperluas pengetahuan penulis tentang suatu hubungan *Cool Japan* terhadap diplomasi budaya melalui *idol group* yang di mana bahwa dalam hal ini pemerintah Jepang menggunakan *Cool Japan* dalam diplomasi di mana pemerintah ingin mewujudkan dan serta menjadi wadah untuk selalu kreatif dalam menyebarkan ke masyarakat Jepang serta masyarakat Indonesia tersebut.

1.10 Sistematika Penyusunan Skripsi

Sistematika penyajian penelitian ini disusun dan dijelaskan pada bagian di bawah ini.

Bab I Pendahuluan, berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penyusunan skripsi.

Bab II Kajian Pustaka, pada bab ini akan membahas tentang sejarah dan perkembangan *Cool Japan* dan Diplomasi Budaya.

Bab III Hubungan *Cool Japan* Terhadap Diplomasi Budaya Melalui *Idol Group* AKB48 Dan JKT48, di bab ini akan membahas tentang hasil penelitian yang telah diteliti mengenai Hubungan *Cool Japan* terhadap Diplomasi Budaya Melalui *Idol Group* AKB48 Dan JKT48.

Bab IV Simpulan, berisi kesimpulan dari semua pemaparan pada bab-bab sebelumnya.

