

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Hubungan Internasional

Dalam perkembangannya, studi hubungan internasional bersifat interdisipliner. Hubungan internasional tidak dapat dipisahkan dari aspek-aspek ilmu sosial lain yang membentuknya, dengan sifat saling timbal balik dalam keilmuannya (Darmayadi, 2015: 12). Secara umum, hubungan internasional dibentuk untuk mencegah konflik dan mempromosikan perdamaian. Studi Hubungan Internasional mengkaji interaksi negara, aktivitas pemerintah, organisasi internasional, NGO (Non Governmental Organization), dan perusahaan multinasional (Jackson & Sorensen, 2014: 4 dalam Faiza, 2020).

Hubungan Internasional pada dasarnya adalah studi mengenai interaksi antara aktor atau kesatuan sosial tertentu, termasuk segala aspek interaksi, yang terjadi dalam sebuah sistem interaksi. (McClland, 1990:27). Konsep hubungan internasional sering terpaut dengan seluruh tipe interaksi antara negara-negara serta masyarakat di tingkatan global, terhitung aksi yang dicoba oleh pemerintah serta entitas negara. Menurut Mochtar Mas'oe'd, Hubungan internasional kompleks karena melibatkan bangsa yang berdaulat, sehingga memerlukan mekanisme yang rumit melebihi hubungan antar kelompok (Mas'oe'd, 2004)

Menurut K.J. Holtsi, hubungan internasional adalah studi yang erat kaitannya dengan berbagai tipe interaksi antara masyarakat negara, baik yang dilakukan oleh pemerintah maupun oleh masyarakat negara. Evaluasi relasional internasional diintegrasikan ke dalam penelitian urusan luar negara atau politik internasional. Ini mencakup aspek ikatan antara berbagai negara di dunia, termasuk penelitian tentang lembaga perdagangan internasional, organisasi internasional, pariwisata, transportasi, komunikasi, serta pengembangan nilai dan etika internasional.

Hubungan Internasional memiliki tujuan utama untuk memahami dan menjelaskan bagaimana dinamika hubungan atau interaksi antar negara dalam menciptakan kerjasama, keamanan, dan kesejahteraan yang berkelanjutan antar negara di tingkat global, serta merancang untuk membangun citra positif, mempromosikan sebuah perdamaian, keamanan, kemakmuran dan stabilitas global melalui praktik hubungan internasional (Ashari, 2020).

2.1.2. Diplomasi

Diplomasi telah menjadi bagian penting dalam kehidupan bernegara dan menjadi sarana utama untuk menangani masalah internasional guna mencapai perdamaian dunia. Diplomasi dilakukan untuk menjaga kebijakan luar negeri suatu pemerintah dalam memengaruhi kebijakan dan sikap pemerintah negara lain. Diplomasi meliputi semua aspek dari hubungan internasional, termasuk pembentukan dan pelaksanaan kebijakan luar negeri (Darmayadi, 2015: 56).

Dalam perkembangan diplomasi di dunida internasional, terutama sejak berakhirnya Perang Dunia II, beberapa perubahan yang mendasar yang dapat berpenagruh terhadap diplomasi tersebut telah terjadi. Perubahan perubahan ini sudah tentu menimbulkan fenomena- fenomena dan dimensi dimensi baru di dalam hubungan internasional yang perlu diperhatikan oleh masyarakat internasional, khususnya dalam penerapan kebijakan luar negerinya (Darmayadi, 2015: 64).

Diplomasi memiliki minimal 3 fungsi utama, yaitu perwakilan, negosiasi, dan pelaporan. Pertama yakni perwakilan, ada dua jenis perwakilan yang dilakukan oleh para diplomat: perwakilan *substantive* dan perwakilan simbolik. Perwakilan *substantive* dan perwakilan simbolik adalah fungsi utama dari perwakilan diplomatik. Kedua adalah negosiasi (*negotiation*) yaitu suatu proses dimana usulan-usulan yang eksplisit dimajukan dengan berbagai alasannya demi mencapai kesepakatan mengenai pertukaran atau kesadaran atas kepentingan bersama saat terjadi konflik kepentingan. Ketiga adalah *reporting*, yakni pengumpulan dan penyampaian informasi kepada pemangku keputusan negara. Ini merupakan kegiatan pokok diplomat dan misi diplomatik di luar negeri (Wijatmadja, 2016: 148-150).

Diplomasi saat ini telah diakui sebagai *tools* yang bersifat multidimensional yang digunakan dalam situasi dan lingkungan yang berbeda-beda dalam hubungan antarnegara. Sebagai disiplin dalam perjalanan sejarah yang besar, diplomasi memerlukan studi dan pengamatan lebih jauh bagi para pelaku

ataupun mereka yang menghargai manfaat dan nilainya (Darmayadi, 2015: 59).

Diplomasi adalah seni yang digunakan diplomat untuk berunding atau bernegosiasi dengan pihak lain untuk mencapai tujuan tertentu. Diplomasi juga dapat diartikan sebagai sarana penyampaian pesan dengan tujuan tertentu melalui diplomat pada saat perundingan (Faiza, 2020). Di Indonesia Jepang menggunakan diplomasi untuk mejalin hubungan kerjasama dalam berbagai bidang aspek agar dapat memenuhi kepentingan nasionalnya di Indonesia.

Untuk memajukan kepentingan nasional, diplomat yang terlibat dalam politik internasional wajib memiliki keterampilan diplomasi. Mereka pada hakikatnya membantu mencapai kesepakatan, berkompromi, dan menyelesaikan permasalahan ketika tujuan pemerintah saling bertentangan (Djelantik, 2008: 4). Oleh karena itu, diplomasi juga merupakan metode yang digunakan oleh pemerintah nasional untuk mencapai tujuan mereka dan mendapatkan dukungan terhadap prinsip-prinsip yang mereka adopsi. Ini adalah proses politik yang mengembangkan kebijakan luar negeri yang diikuti oleh pemerintah dan bertujuan untuk mempengaruhi kebijakan dan sikap pemerintah (Darmayadi, 2015:57).

2.1.3. Diplomasi Budaya

Diplomasi budaya saat ini memegang peranan yang sangat penting dalam membangun hubungan dengan negara lain dan memperkuat hubungan bilateral dan multilateral. Pendekatan ini dinilai sangat efektif karena pendekatan *soft*

power diplomacy saat ini lebih populer dibandingkan pendekatan *hard power diplomacy* (Faiza, 2020).

Di Indonesia, Jepang melakukan diplomasi budaya melalui industri kreatif seperti melalui karya anime, manga, musik, pakaian tradisional, dan lain sebagainya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya anime Jepang yang ditayangkan di program televisi nasional serta di website dan aplikasi berbayar maupun gratis. Menurut Tulus Warsito dan Wahuyi Kartikasari dalam buku mereka yang berjudul "Diplomasi Kebudayaan, Konsep dan Relevansi bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia", diplomasi kebudayaan adalah salah satu bentuk diplomasi yang penting dalam memperjuangkan kepentingan nasional melalui aspek-aspek kebudayaan seperti ilmu pengetahuan, pendidikan, kesenian, olahraga, serta propaganda yang melibatkan isu-isu ideologi, nasionalisme, dan globalisasi (Kartikasari. 2007: 2 dalam Faiza, 2020).

Diplomasi budaya menggambarkan salah satu perlengkapan untuk negara-negara pada saat ini guna menemukan posisi di mata Internasional. Diplomasi budaya jadi perihal yang sangat menarik dalam dunia Internasional. Diplomasi budaya tidak hanya dilakukan antara pemerintah ke pemerintah atau pemerintah ke masyarakat, tetapi juga antara warga masyarakat sendiri (Gusti Ayu; 2 Desember 2018).

Milton Cummings mendefinisikan diplomasi budaya selaku pertukaran gagasan data seni, serta aspek lain dari budaya diantara negeri serta

masyarakatnya guna menggapai penafsiran bersama (Sri Anita Destriyani et al., 2020). Pertukaran yang dimaksudkan oleh Cummings bisa berupa satu arah tidak senantiasa 2 arah, maksudnya pertukaran budaya ini bisa berarti suatu negara mempromosikan budayanya terhadap publik.

Diplomasi budaya didefinisikan sebagai upaya aktor Internasional lewat pengenalan budaya negaranya supaya diketahui diluar negara (Nicholas J.Cull 2009). Dengan demikian terdapatnya pertumbuhan diplomasi budaya jadi atensi berarti, sebab terdapatnya pemikiran kalau budaya ialah instrument diplomasi yang berarti ketika isu yang dialami oleh negara tidak bisa dituntaskan dengan memakai kekuatan militer ataupun yang yang lain. Konsep diplomasi budaya merupakan praktik diplomasi yang menitikberatkan pada pemanfaatan aspek kebudayaan dalam bernegosiasi dengan negara lain untuk mencapai kepentingan nasional. Teknologi yang semakin modern memungkinkan masyarakat dunia untuk dengan mudah mendapatkan informasi tentang Jepang, termasuk budayanya yang kaya. (MOFA, 1956).

Diplomasi kebudayaan adalah sesuatu sesi pertumbuhan baru dalam sejarah diplomasi kita dengan berupaya buat menaikkan sesuatu ukuran baru pada metode kita melaksanakan diplomasi dengan mempergunakan kekayaan pembendaharaan seni budaya selaku fasilitas buat melaksanakan diplomasi dalam makna seluas luasnya. Menurut Profesor Mochtar Kusumaatmadja dari bermacam sistem kebudayaan yang terdapat bisa digolongkan jadi 3 bersumber pada bentuknya di antara lain merupakan:

1. Bentuk kebudayaan merupakan lingkungan yang mencakup ide-ide, gagasan, nilai-nilai, norma, peraturan, dan sebagainya.
2. Budaya merupakan tindakan manusia dalam masyarakat yang memiliki pola perilaku,
3. Bentuk benda-benda hasil karya manusia.

Diplomasi kebudayaan bisa diterapkan oleh pemerintah ataupun non-pemerintah, individual ataupun kolektif ataupun tiap masyarakat di suatu negeri (Bernadette et al., 2022). Oleh karena itu, pola ikatan diplomasi kebudayaan antar bangsa terjalin antar siapa saja selaku aktornya dimana tujuan serta sasaran universal utama dari diplomasi kebudayaan merupakan untuk pengaruhi komentar universal warga negara lain, baik pada tingkat nasional ataupun internasional yang maksudnya dalam upaya diplomasi hendak berakibat kepada tercapainya pencitraan yang baik terhadap Negara tersebut.

2.1.4. *Nation Branding*

Nation branding dilakukan untuk memenuhi kepentingan nasional suatu Negara dengan cara mempromosikan budaya, norma dan nilai nilai suatu Negara ke Negara lainnya. Jepang seperti bahwasannya tidak memiliki kekuatan militer, namun Jepang kuat dalam aspek budaya sehingga membuat jepang sangat memperhatikan kebudayaan mereka sebagai bentuk *nation branding* nya. *Nation branding* yang dilakukan Jepang melalui kebudayaan ini dilakukan agar terciptanya perspektif bahwa Jepang adalah negara yang baik dan cinta damai.

Nation branding dalam hal ini berkaitan erat dengan promosi citra atau *image* dari suatu negara, citra yang dihasilkan merupakan tujuan utama *nation branding*. *Nation branding* terjadi ketika pemerintah atau entitas swasta menggunakan kekuatannya untuk mempengaruhi siapa pun yang dapat memengaruhi citra negara tersebut. *Nation branding* menggunakan strategi *branding* untuk memengaruhi perilaku, sikap, identitas, atau citra suatu negara agar lebih positif. (Fan, dalam Rasyidah, 2019).

Pada dasarnya, dalam mendefinisikan *nation branding*, perlu dipahami terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan *branding*. *Branding* pada umumnya dipahami dalam dua sisi, pertama *branding* dipahami sebagai perwujudan visual dari sebuah *brand* itu sendiri. Kedua, *branding* tidak hanya terkait dengan aspek visual, tetapi juga dengan makna serta nilai yang terkandung dalam sebuah merek (Dinnie, 2008). Dalam konteks ini, *nation branding* lebih efektif dalam menciptakan citra dan reputasi suatu negara di kancah internasional. (Ying, t.t).

Menurut Sun tahun 2009, menjelaskan *nation branding* merupakan citra dan reputasi suatu negara yang dikonstruksi oleh persepsi dari luar negara tersebut. Persepsi ini dipengaruhi oleh *stereotype*, pemberitaan media, dan pengalaman pribadi, yang menunjukkan bahwa *branding* negara dibangun berdasarkan persepsi dari orang asing (Rahayu & Arianti, 2014).

Anholt (2003), *National branding* adalah cara untuk membentuk persepsi terhadap suatu target kelompok masyarakat tertentu melalui 6 aspek yaitu:

pariwisata, ekspor, masyarakat, pemerintahan, kebudayaan dan warisan budaya dan investasi dan imigrasi (Rahayu & Arianti, 2014). Sehingga dapat dipahami bahwa *Nation branding* bertujuan untuk mempromosikan citra positif bangsa kepada negara dan rakyat, untuk membangun identitas merek negara, dan untuk menarik wisatawan. (Rahayu & Arianti, 2014). Berdasarkan penjelasan di atas dapat dipahami bahwa Negara Jepang menggunakan strategi *Cool Japan* untuk mengenalkan kebudayaan dan ciri khas Negaranya di Indonesia untuk mencapai kepentingan nasionalnya di Indonesia.

2.1.5. Kepentingan Nasional

Kepentingan nasional adalah faktor krusial dalam kebijakan luar negeri sebuah negara. Ini juga dapat digunakan sebagai garis panduan untuk mencapai tujuan negara tersebut (Weldes, 1996: 276; Edmunds, Gaskarth, dan Porter, 2014: 504). Kepentingan nasional bukan hanya sekedar teori atau konsep abstrak, namun kepentingan nasional memainkan peran penting dalam proses nyata pelaksanaan kebijakan luar negeri. Kepentingan nasional menjadi dasar bagi para pembuat kebijakan untuk menerapkan kebijakan luar negeri tertentu. (Morgenthau, 1952: 972; Edmunds, 2014: 530).

Sehingga kepentingan nasional merupakan faktor penting dalam kebijakan luar negeri sebuah negara. Pandangan liberalisme menyatakan bahwa setiap individu memiliki kebebasan untuk bersaing guna memenuhi kebutuhannya. Kapitalisme pasar dipandang sebagai metode terbaik dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat melalui alokasi sumber daya yang efektif dan efisien. Joseph Frankel mengemukakan bahwa konsep kepentingan nasional

digunakan untuk menjelaskan dan menganalisis kebijakan luar negeri negara-bangsa (Burchill, 2005).

Menurut pandangan liberalisme, konsep "kepentingan nasional" tidak hanya mengacu pada keamanan negara, tetapi juga pada stabilitas ekonomi dan pasar. Lebih tepatnya, pencapaian kepentingan nasional terjadi melalui kelancaran mekanisme pasar, memungkinkan individu dalam masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi tanpa hambatan (Burchill, 2005). Perspektif ini meyakini bahwa individu harus bebas dari intervensi negara, bebas dari kesalahpahaman dan menggunakan pemikiran rasional, serta memiliki kemampuan untuk terlibat dalam ekonomi.

Kepentingan nasional sendiri ada karena dipengaruhi oleh adanya keberagaman setiap negara yang dimulai dari kebudayaan hingga sumber daya, sehingga David Callahan mendefinisikan kepentingan nasional sebagai kebutuhan dan keinginan. *Needs* adalah kepentingan vital suatu negara yang melindungi warga negara, wilayah nasional, akses energi, kesehatan, ekonomi, dan keamanan dalam sistem internasional. Sedangkan *wants* merujuk pada keinginan negara yang berada di luar konteks keamanan, seperti mengedepankan hak asasi manusia, mengedepankan demokrasi di luar negeri serta mencegah konflik dan kejahatan (Morin & Paquin, 2018).

Berdasarkan buku "Pengantar Ilmu Hubungan Internasional" oleh Wijatmadja menyajikan berbagai definisi sesuai dengan kriterianya. Pertama, kriteria ekonomi melibatkan kebijakan yang memperkokoh posisi ekonomi

negara sebagai bagian dari kepentingan nasional. Kriteria ideologi adalah faktor yang mempengaruhi negara dalam menentukan cara pandang terhadap dunia dan menentukan kepentingan nasionalnya. Kriteria keamanan militer merupakan elemen ketiga yang perlu dipertimbangkan. Negara menganggap keamanan militer sebagai penentu kepentingan nasionalnya karena kekuatan militer memainkan peran penting dalam hubungan internasional. Keempat adalah kriteria moralitas dan legalitas yang sering diperdebatkan dalam penentuan kepentingan nasional. Kriteria lain termasuk masalah budaya, etnik, dan ras, antara lain (Faiza, 2020).

2.2. Kerangka Pemikiran

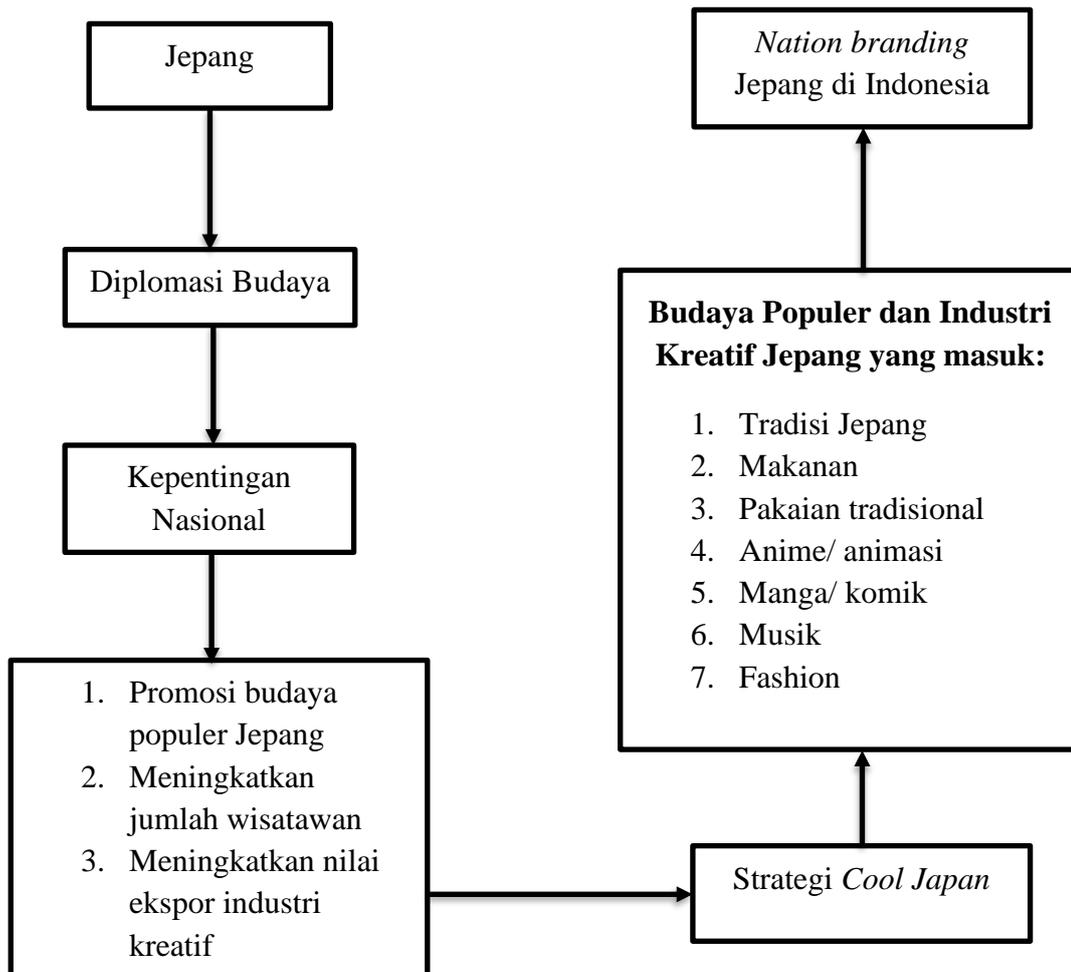
Kerangka pemikiran ini dibuat dengan tujuan agar dapat memberikan gambaran dalam penelitian ini, kerangka pemikiran ini juga berguna agar dapat menjadi pedoman untuk peneliti agar penelitian ini dapat tefokus dan tidak menyimpang dari ruang lingkup topik penelitian. Melalui strategi *Cool Japan*, Jepang mulai gencar dalam menyebarkan kebudayaan mereka melalui industri kreatif seperti anime, manga, musik, makanan, pakaian tradisioal dan lain sebagainya.

Jepang menggunakan kebudayaan untuk menjalin hubungan antar negara dan berdiplomasi dengan negara lainnya. Kebudayaan juga digunakan oleh Jepang sebagai *nation branding* untuk memperbaiki citra negara di mata dunia internasional, salah satunya yakni di Indonesia. Jepang memperkenalkan Strategi *Cool Japan* yang dimana berarti “Jepang Keren”, strategi ini mempresentasikan bahwa Jepang berusaha berubah dan ingin menghilangkan

citra buruk mereka sebagai negara penjajah. *Cool Japan* adalah kebijakan strategis diplomasi Jepang yang bertujuan untuk memajukan kepentingan nasional melalui pemanfaatan budaya populer dan industri kreatif seperti anime, *manga*, kuliner, film, musik, dan sebagainya. Kerjasama antara pemerintah dan sektor swasta diprioritaskan dalam implementasi kebijakan ini.

Melalui implementasi dari strategi *Cool Japan* di Indonesia seperti program pertukaran budaya Jepang dengan Indonesia, dan berbagai festival/ *event* yang bertemakan Jepang. Hal ini membuat Jepang dapat menyebarkan budayanya di Indonesia untuk memenuhi kepentingan nasionalnya yakni seperti *branding* di Indonesia melalui strategi *Cool Japan*. Seperti yang dijelaskan dalam *Diplomatic Bluebook* tahun 2005, menjelaskan Jepang telah mempromosikan kebijakan diplomatiknya serta melakukan upaya yang diperlukan untuk melindungi kepentingan bersama masyarakat internasional dengan menyeluruh dan mengupayakan untuk memberikan dukungan yang tepat waktu dan unik dari Jepang (MOFA, 2005).

Dalam penelitian ini berfokus pada dimana strategi *Cool Japan* yang digunakan sebagai diplomasi budaya Jepang dalam memperbaiki citra negaranya di Indonesia, sekaligus melakukan *nation branding* di Indonesia. Sehingga Jepang dapat mencapai kepentingan nasionalnya di Indonesia, yang dimana melalui strategi *Cool Japan* diperkenalkan kebudayaan Jepang melalui industri kreatif seperti makanan, pakaian tradisional, anime dan lain sebagainya. Sehingga penulis menyusun kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Olahan Pribadi