



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI *NATION BRANDING* JEPANG MELALUI "*COOL JAPAN*" SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN WISATAWAN INDONESIA KE JEPANG TAHUN 2017 - 2020**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu  
syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Sosial(S. Sos)

**KINARA INKAN AINIEDA  
NPM. 203507416008**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL  
UNIVERSITAS NASIONAL  
April, 2024**



**NATIONAL UNIVERSITY**

**JAPAN'S NATION BRANDING STRATEGY  
THROUGH "*COOL JAPAN*" AS AN EFFORT TO  
INCREASE INDONESIAN TOURISM TO JAPAN  
IN 2017 - 2020**

**THESIS**

Submitted as one of the requirement to obtain a Bachelor of  
Social Sciences(S. Sos)

**KINARA INKAN AINIEDA  
NPM. 203507416008**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES  
INTERNATIONAL RELATIONS PROGRAM  
NATIONAL UNIVERSITY  
April, 2024**



## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Kinara Inkan Ainieda  
NPM : 203507416008  
Program Studi : Hubungan Internasional  
Judul Skripsi : Strategi Nation Branding Jepang Melalui “Cool  
Japan” Sebagai Upaya Meningkatkan Wisatawan  
Indonesia ke Jepang Tahun 2017-2020  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk  
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.  
Universitas Nasional

**Disetujui untuk disahkan**

Jakarta, 13 September 2024

Dosen Pembimbing

Dr. Irma Indrayani, S.I.P., M.Si.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik

Dr. Erna Emawati Chotim., M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Kinara Inkan Ainieda

NPM : 203507416008

Program Studi : Hubungan Internasional

Judul Skripsi : Strategi Nation Branding Jepang Melalui  
"Cool Japan" Sebagai Upaya Meningkatkan  
Wisatawan Indonesia ke Jepang Tahun 2017-  
2020

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk  
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.  
Universitas Nasional

**Disetujui untuk diujikan**

Jakarta, Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Dr. Irma Indrayani Arief, S.I.P., M.Si



Ketua Prodi Hubungan Internasional

Harry Darmawan, S.Hum., M.Si.

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda - tangan di bawah ini:

Nama : Kinara Inkan Ainieda

NPM 203507416008

Judul Skripsi. : Strategi Nation Branding Jepang Melalui "Cool Japan"  
Sebagai Upaya Meningkatkan Wisatawan Indonesia ke Jepang  
Tahun 2017-2020

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan penerapan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan - bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau tertulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak benar dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 24/07/2024

Yang membuat pernyataan,



Kinara Inkan Ainieda

NPM. 203507416008

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Kinara Inkan Ainieda  
NPM : 203507416008  
Program Studi : Hubungan Internasional  
Judul Skripsi : Strategi Nation Branding Jepang Melalui  
"*Cool Japan*" Sebagai Upaya Meningkatkan  
Wisatawan Indonesia ke Jepang Tahun 2017  
- 2020

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagaibagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

## DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Harry Darmawan, M.Si  
Penguji 1 : Drs. Hilmi Rahman Ibrahim, M.Si  
Penguji 2 / Pembimbing : Dr. Irma Indrayani Arief, S.IP., M.Si  
Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal : 21 Agustus 2024

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, atas berkah dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penelitian ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Hubungan Internasional di Universitas Nasional. Pada skripsi ini, penulis sangat tertarik untuk menganalisis "Strategi *Nation Branding* Jepang Melalui *Cool Japan* Untuk Meningkatkan Wisatawan Indonesia ke Jepang Tahun 2017-2020".

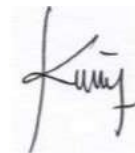
Skripsi ini telah penulis susun dengan maksimal dan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat memperlancar pembuatan skripsi ini. Untuk itu penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pembuatan skripsi ini.

Terlepas dari itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan maupun tata bahasa. Oleh karena itu, dengan sangat terbuka penulis menerima segala saran dan kritik dari pembaca agar penulis dapat memperbaiki skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi tentang "Strategi *Nation Branding* Jepang Melalui *Cool Japan* Untuk Meningkatkan Wisatawan Indonesia ke Jepang Tahun 2017-2020" ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi kepada para pembaca.

Jakarta, 24 Juli 2024

Penulis,



Kinara Inkan Ainieda

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan atas ke hadirat Allah SWT, atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, kekuatan, kesabaran, dan kesempatan kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Akan tetapi sesungguhnya peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka penyusunan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik. Hingga selesainya penulisan skripsi ini telah banyak menerima bantuan waktu, tenaga dan pikiran dari banyak pihak. Sehubungan dengan itu, maka pada kesempatan ini perkenankanlah peneliti menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Administrasi Umum, atas semangat dan juga dorongan serta masukan kepada penulis.
4. Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Kerja sama dan Sumber Daya Manusia.
5. Harry Darmawan, S. Hum, M.Si, selaku Ketua Program Studi Hubungan Internasional Universitas Nasional, atas arahan dan petunjuk.
6. Gulia Ichikaya Mitzy, S.I.P., M.A selaku Sekretaris Program Studi Hubungan Internasional, atas bimbingan yang telah diberikan.
7. Drs. Hilmi Rahman Ibrahim, M.Si selaku Dewan Penguji yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
8. Dr. Irma Indrayani Arief, S.I.P., M.Si, selaku Dosen Pembimbing penulis baik dalam akademi dan skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, saran dan kritik untuk mengarahkan dan membimbing penulis serta



memberikan semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

9. Staf Dosen Hubungan Internasional Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang begitu luas kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
10. Orang tua tercinta, Ibunda Dinia Rachmawati, Ayahanda Yordan Apriyanto dan Nenek Sunaimah, atas segala restu, dukungan material dan moral, serta bimbingan yang telah diberikan kepada penulis. Terima kasih atas semua yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
11. Kakak-kakak tersayang, Dhahana Radian Rizaldy, Fany Heriyantina, Frellegya Baby Andini, Agus Sobari atas dorongan, bantuan dan semangat yang telah diberikan kepada penulis, khususnya Kak Fany yang selalu memberikan motivasi, semangat dan bantuan untuk penulis selama masa perkuliahan.
12. Keluarga penulis; Raiza, Ara, Willie, Bitha, Ariea, Cacha, Dimas, Rica, Ruby dan keponakan-keponakan saya yang telah memberikan saya semangat dan senyuman manis setiap kali bertemu; Faieza, Earlyta, Xienna, dan Xavyerra.
13. Teman dekat penulis, Reza Andika Virgiawan, atas segala dukungan semangat dan selalu ingin membantu saya dalam segala hal dan selalu mendengarkan keluh kesah saya dan memberikan hiburan kepada penulis dikala senang maupun sedih.
14. Sahabat-sahabat penulis di SMK; Elok, Nada, Nanda, dan Devi, penulis sangat berterima kasih kepada mereka khususnya Elok yang selalu memberikan semangat, dan bantuan dukungan yang tiada hentinya, mendengarkan keluh kesah dikala penulis mengalami kesulitan. Semoga kita semua panjang umur dan sehat selalu serta sukses ke depannya.
15. Teman-teman penulis di Kantor; Kak Ken, Kak Witri, Wina, Kak Runni, Kak Eno, yang memberikan dukungan semangat untuk dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik dan selalu maju

16. Teman-teman penulis di Kampus (Anak Malam); Ayu, Suci, Kania, Ranty, Tania, mereka selalu mendukung, memberikan semangat dan memotivasi penulis dalam belajar mengerjakan tugas-tugas kuliah. Selamat untuk kalian yang sudah berjuang dan semoga sukses selalu.
17. Teman-teman saya (Jakarta Under Bridge), Raihan, Fauzan, Agam, Joko, Wangky, Rafli atas dukungan dan hiburan yang selalu diberikan kepada saya.
18. Rekan-rekan Mahasiswa Jurusan Hubungan Internasional Kelas Karyawan Angkatan 2020, atas segala dukungan selama ini dan kerja samanya selama studi berlangsung.
19. Kepada semua pihak yang tak dapat disebutkan namanya satu-persatu, tanpa kalian juga penelitian ini tidak dapat selesai dengan tepat waktu. Tak ada hentinya saya ucapkan terima kasih banyak kepada kalian, semoga aman dan perbuatan baik kalian mendapatkan ganti yang lebih besar dari Tuhan Yang Maha Pemberi Segalanya, Aamiin.
20. *Last but not least, Thank you for myself for taking this extraordinary step, and thank you for always survive in every struggle I've been through.*

## ABSTRAK

Nama : Kinara Inkan Ainieda  
Program Studi : Hubungan Internasional  
Judul : Strategi Nation Branding Jepang Melalui "Cool Japan" Sebagai Upaya Meningkatkan Wisatawan Indonesia ke Jepang Tahun 2017 - 2020  
Pembimbing : Dr. Irma Indrayani Arief, S.I.P., M.Si. Jumlah Halaman : xiv + 102 Halaman

Penelitian ini membahas tentang strategi *nation branding* Jepang melalui Cool Japan sebagai upaya meningkatkan wisatawan Indonesia ke Jepang pada periode 2017-2020. Penulis menggunakan pendekatan teori Diplomasi Publik, konsep *Soft Power* (Joseph S. Nye, 2008) dan konsep *Nation Brand* (Simon Anholt, 2003). Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Dengan Teknik pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan yang bersumber dari berbagai literatur yang relevan seperti buku, laporan, jurnal, media nasional dan internasional. Hal penelitian menunjukkan bahwa sedikitnya ada 2 (dua) faktor yang menjelaskan bagaimana upaya *nation branding Cool Japan* meningkatkan wisatawan Indonesia untuk memenuhi kepentingan nasional Jepang. Faktor-faktor tersebut adalah penyebaran secara *massif high culture* dan *pop culture* Jepang. Penggunaan *soft power* seperti penyebaran bahasa dan budaya populer Jepang secara langsung menambah minat masyarakat Internasional untuk datang ke Jepang, termasuk Indonesia. Hal ini diimplementasikan Jepang dalam program *Cool Japan* dibantu dengan JNTO dan *Cool Japan Fund* sebagai wadah. Respon wisatawan Indonesia sebagai salah satu target dari Jepang untuk meningkatkan wisatawan ini menyebabkan meningkatnya domestik ekonomi Jepang dan memperluas budaya Jepang di luar negeri.

Kata kunci: Japan, *Cool Japan*, *Soft Power*, *Nation Branding*, Wisatawan Indonesia

## **ABSTRACT**

*Name* : Kinara Inkan Ainieda  
*Study Program* : *International Relations*  
*Title* : *Japan's Nation Branding Strategy Through "Cool Japan" as an Effort to Increase Indonesian Tourism to Japan in 2017 -2020*  
*Counsellor* : Dr. Irma Indrayani Arief, S.I.P., M.Si.  
*Number of Page* : *xiv + 102 of Page*

*This study discusses Japan's nation branding strategy through Cool Japan as an effort to increase Indonesia tourists to Japan in the 2017-2020 period. The author uses the theoretical approach of Public Diplomacy, the concept of Soft Power (Joseph S. Nye, 2008) and the concept of Nation Brand (Simon Anholt, 2003). The research method used in this study is qualitative descriptive. With data collection techniques using literature studies sourced from various relevant literature such as books, reports, journals, national and international media. The research shows that there are at least 2 (two) factors that explain how Cool Japan's national branding efforts increase Indonesia tourists to meet Japan's national interests. The research shows that there are at least 2 (two) factors that explain how Cool Japan's national branding efforts increase Indonesia tourists to meet Japan's national interests. These factors are the massive spread of Japan's high culture and pop culture. The use of soft power such as the spread of Japan's popular language and culture directly increases the interest of the international community to come to Japan, including Indonesia. This is implemented by Japan in the Cool Japan program assisted by JNTO and the Cool Japan Fund as a forum. The response of Indonesian tourists as one of the targets from Japan to increase tourists has led to an increase in Japan's domestic economy and the expansion of Japan's culture abroad. Keywords: Japan Cool Japan, Soft Power, Nation Branding, Indonesian Tourism*

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL, GRAFIK, DAN GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>xv</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Masalah Penelitian.....	15
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	17
1.4 Tujuan Penelitian .....	17
1.5 Manfaat Penelitian .....	18
1.6 Sistematika Penulisan.....	18
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>20</b>
2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	20
2.2 Landasan Teori dan Konsep.....	24
2.2.1 Teori Diplomasi Publik.....	24
2.2.2 <i>Soft Power</i> .....	26
2.2.3 <i>Nation Brand</i> .....	27
2.3 Kerangka Analisis.....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>

3.1	Jenis Penelitian .....	33
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	33
3.3	Teknik Pengolahan Data .....	34
3.4	Aspek, Dimensi, dan Parameter .....	34
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>36</b>
4.1	Penurunan Ekonomi Jepang.....	36
4.1.1	Sektor Pariwisata Jepang .....	36
4.2	Strategi Nation Branding .....	50
4.2.1	Kerja sama dengan JNTO dan Cool Japan Fund.....	50
4.3	Upaya Peningkatan Minat Indonesia ke Jepang .....	58
4.3.1	<i>High Culture</i> .....	58
4.3.2	<i>Pop Culture</i> .....	69
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>		<b>82</b>
5.1	Kesimpulan.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>86</b>

## DAFTAR TABEL, GRAFIK, DAN GAMBAR

### Daftar Tabel

<b>Nomor</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.	Daya Tarik Produk Anime Melalui Produksi Film Jepang di Indonesia tahun 2014 – 2016 (Jam Tayang)	12
Tabel 2.	Aspek, Dimensi, dan Parameter	34
Tabel 3.	Aspek, Dimensi, dan Parameter	52
Tabel 4.	Persentase Minat terhadap Produk Populer Jepang	71

## Daftar Grafik

<b>Nomor</b>	<b>Judul Grafik</b>	<b>Halaman</b>
Grafik 1.	<i>Trends in the Visitor Arrivals to Japan by Year 2012-2017</i>	3
Grafik 2.	Wisatawan Thailand, Malaysia, Indonesia, dan Singapura	6
Grafik 3.	Pertumbuhan PDB Jepang (1988-2020)	42
Grafik 4.	Wisatawan Internasional	45
Grafik 5.	Wisatawan Internasional ke Jepang – Indonesia	46
Grafik 7.	Wisatawan Internasional ke Indonesia – Jepang	47
Grafik 8.	Pariwisata Internasional Jepang, Jumlah Kedatangan ke Jepang	48
Grafik 9.	Jumlah Kunjungan Wisatawan Muslim 2005-2019	57



## Daftar Gambar

<b>Nomor</b>	<b>Judul Grafik</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.	Kerangka Analisis	28
Gambar 2.	Harga Properti Residensial di Jepang (1980-2020)	38
Gambar 3.	Jumlah Pembelajar Studi Jepang di Asia Tenggara	51
Gambar 4.	Attack on Snickers	66
Gambar 5.	Iklan Fanta dalam One Piece	67
Gambar 6.	Potret penyelenggaraan Ennichisai pertama pada tahun 2010	68
Gambar 7.	Potret penyelenggaraan Ennichisai pada tahun 2019 sekaligus penyelenggaraan terakhir Ennichisai di Blok M	68
Gambar 8.	Potret saat Event Jejepangan yang diadakan oleh komunitas MenHok Cosplay Jambi yang peneliti datang secara langsung pada tahun 2022	69

## DAFTAR SINGKATAN

<b>ANEW</b>	All Nippon Entertainment Works
<b>GNC</b>	<i>Gross National Cool</i>
<b>GNP</b>	<i>Gross National Product</i>
<b>ICAO</b>	International Civil Aviation Organization
<b>IPSP</b>	Intellectual Property Strategic Program
<b>JASSO</b>	Japan Student Service Organization
<b>JMT</b>	Japan Muslim Tour
<b>JNTO</b>	<i>Japan National Tourism Organization</i>
<b>JTA</b>	Badan Pariwisata Jepang
<b>METI</b>	<i>Ministry of Economy, Trade, and Industry</i>
<b>MOFA</b>	<i>Ministry of Foreign Affairs</i>