

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ditujukan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, juga ditujukan untuk memperkuat hasil analisis yang dilakukan dari beberapa studi yang terkait. Sejalan dengan hal tersebut, adapun beberapa penelitian yang menjadi sumber rujukan dalam penelitian ini, antara lain:

Pertama, karya Koichi Iwabuchi (2014) berjudul "*Pop-Culture Diplomacy in Japan: Soft Power, Nation Branding and The Question of 'International Cultural Exchange'*".²³ Dalam karyanya, Iwabuchi (2014) menitikberatkan pada perkembangan diplomasi budaya *pop* Jepang. Iwabuchi (2014) menyampaikan bahwasanya diplomasi budaya telah digunakan Jepang sejak tahun 1920-an, yang ditunjukkan dengan adanya keinginan Jepang menjadi negara imperial dan memiliki kekuatan kolonial setara dengan negara-negara Euro-Amerika.²⁴ Pada akhir tahun 1980-an, praktik diplomasi budaya semakin mendapatkan perhatian serius di kalangan pembuat kebijakan luar negeri Jepang dikarenakan

23 Koichi Iwabuchi. (2014). 'Pop-Culture Diplomacy in Japan: Soft Power, Nation Branding and The Question of 'International Cultural Exchange'. *International Journal of Cultural Policy*, 4(21), hlm.419-432. Available at: <https://doi.org/10.1080/10286632.2015.1042469> (Accessed: 3 Maret 2023).

24 T. Sato., et all. (2012). *Sofuto Pawa No Media Bunka Seisaku (Media cultural policy of soft power)*. Tokyo: Shin'yousha, hlm.143–176.

keberhasilannya dalam menekan gerakan anti-Jepang dan meningkatkan popularitas budaya Jepang di kawasan Asia. Kondisi ini pun terus berlanjut hingga tahun 2000-an, yang ditandai dengan disahkannya "*Cool Japan*" atau "*Gross National Cool*" sebagai kebijakan budaya dan *soft power* Jepang.

Dalam melihat perkembangan tersebut, Iwabuchi (2014) meyakini bahwasanya peran pemerintah merupakan hal krusial dalam proses melakukan *nation branding* untuk mewujudkan kepentingan nasional Jepang. Namun, Iwabuchi (2014) menyesali posisi krusial tersebut tidak dimanfaatkan pemerintah untuk melakukan upaya lebih dalam menggunakan strategi diplomasi budaya. Dalam hal ini, Iwabuchi (2014) menilai bahwa pemerintah Jepang dapat meluaskan ruang lingkup strategi diplomasi budaya, yang sebelumnya berorientasi pada *people-to-people* menjadi *domestic cultural diplomacy* yang lebih bersifat terbuka, komunikatif dan kosmopolitan dalam merespon permasalahan isu-isu kontemporer salah satunya adalah permasalahan budaya.²⁵

Kedua, karya Yee Kuang Heng (2017) berjudul "*Three Faces of Soft Power Japan*".²⁶ Dalam penelitiannya, Heng (2017) menyatakan bahwasanya dalam merespon permasalahan stagnasi ekonomi dan mempertahankan pengaruhnya di kawasan Asia Timur, Jepang memanfaatkan berbagai upaya *soft power* seperti: (1) memanfaatkan pengaruh konvensional dalam mempromosikan

²⁵ Ibid., hlm.423-424.

²⁶ Yee-Kuang Heng. (2017). 'Three Faces of Japan's Soft Power'. *Asian International Studies Review*, 18(1), hlm.171-188. Available at: https://brill.com/downloadpdf/journals/aisr/18/1/article-p171_9.xml (Accessed: 3 Maret 2023).

budaya populer Jepang seperti *anime*, *cosplay* dan *manga*; (2) menerapkan norma-norma internasional mengenai kebebasan navigasi maritim dan perubahan iklim guna meningkatkan pengaruhnya di dunia internasional; dan (3) memanfaatkan kekuatan militer untuk misi kemanusiaan. Menitikberatkan pada poin pertama, Heng (2017) menjelaskan bahwasanya pemerintah Jepang telah banyak melakukan berbagai upaya untuk mendukung keberhasilan penyebaran budaya populer Jepang di komunitas internasional, seperti misalnya memberikan modal ke berbagai perusahaan dalam negeri yang ingin melakukan ekspansi ke luar negeri hingga mengajak seluruh *stakeholder* turut serta berpartisipasi dalam menarik perhatian masyarakat internasional.²⁷ Sejalan dengan hal ini, Heng (2017) menilai bahwasanya kesuksesan praktik diplomasi publik tidak hanya didorong oleh kondisi domestik dan nilai-nilai yang dianut masyarakat, tetapi juga harus didorong oleh produk budaya yang dikemas dan didistribusikan secara baik sehingga nantinya mampu menjangkau masyarakat luas.

Ketiga, penelitian Toshiya Nakamura (2013) berjudul “*Japan New Public Diplomacy: Coolness in Foreign Policy Objectives*”.²⁸ Sudah bukan menjadi rahasia, apabila Jepang telah lama menggunakan diplomasi publiknya untuk mencapai kepentingan nasional. Hal ini dibuktikan dengan didirikannya Departemen Diplomasi Publik Jepang sejak Agustus 2004 yang ditujukan untuk

²⁷ Ibid., hlm.172-175.

²⁸ Toshiya Nakamura. (2013). 'Japan New Public Diplomacy: Coolness in Foreign Policy Objectives'. *Political Science*, hlm.1-18. Available at: <https://www.lang.nagoya-u.ac.jp/media/public/mediasociety/vol5/pdf/nakamura.pdf> (Accessed: 3 Maret 2023).

memadukan hubungan masyarakat dan kegiatan pertukaran budaya dengan langkah yang lebih sistematis serta diharapkan mampu berimplikasi bagi terbentuknya kerjasama antara masyarakat dengan pihak swasta. Dalam hal ini, pemerintah Jepang meresmikan karakter Doraemon sebagai duta budaya.

Nakamura (2013) menilai upaya diplomasi publik tersebut tidak berhasil sepenuhnya, terutama di negara-negara Asia Timur seperti Korea Selatan dan Tiongkok. Hal ini dikarenakan, citra negatif Jepang di kedua negara tersebut masih belum berubah. Selain itu, menurut Nakamura (2013) kebocoran reaktor yang terjadi akibat gempa di bagian Timur Jepang pada tahun 2011 juga menjadi salah satu alasan gagalnya praktik diplomasi publik. Hal ini terbukti dengan menurunnya wisatawan Jepang pada bulan Maret hingga Agustus 2011 hingga timbulnya persepsi negatif dari dunia internasional.²⁹

Keempat, penelitian Ian Hall dan Frank Smith (2013) berjudul "*The Struggle for Soft Power in Asia: Public Diplomacy and Regional Competition*".³⁰ Hall dan Smith (2013) menyatakan bahwasanya persaingan *soft power* telah berhasil menjadi sentral pembahasan dalam kawasan Asia menggantikan persaingan persenjataan. Berbagai upaya *soft balancing* yang dilakukan Tiongkok, dinilai Hall dan Smith (2013) berhasil menyulut api persaingan di kawasan Asia Timur. Sejalan dengan hal tersebut, banyak negara di kawasan Asia Timur

²⁹ Ibid., hlm.15.

³⁰ Ian Hall., Frank Smith. (2013). 'The Struggle for Soft Power in Asia: Public Diplomacy and Regional Competition'. *Asian Security*, 9(1), hlm.1-18. Available at: <https://doi.org/10.1080/14799855.2013.760926> (Accessed: 3 Maret 2023).

berlomba-lomba menyusun berbagai strategi yang ditujukan untuk menyaingi Tiongkok hingga mengembalikan *status quo*. Salah satunya adalah negara Jepang yang berupaya meningkatkan kuota pertukaran pelajarinya melalui *Japan Exchange and Teaching Programme (Jet Programme)* serta mendirikan *NHK World* yang ditujukan untuk mempermudah masyarakat internasional mengakses berbagai informasi mengenai Jepang.³¹

Keberhasilan diplomasi publik dapat ditandai dengan terwujudnya kepentingan nasional suatu negara. Namun, disamping itu Hall dan Smith (2013) menilai kemungkinan terjadinya kegagalan dalam praktik diplomasi publik juga besar. Hall dan Smith (2013) menilai bahwasanya kegagalan diplomasi publik dikhawatirkan tidak hanya mampu semakin menonjolkan perbedaan-perbedaan antar negara, namun juga dikhawatirkan mampu meningkatkan persaingan untuk mendapatkan kekuasaan di antara negara dunia.³²

Kelima, penelitian Alexander Bukh (2014) berjudul "*Revisting Japan's Cultural Diplomacy: A Critique of The Agent-Level Approach to Japan's Soft Power*".³³ Penelitian Bukh (2014) menitikberatkan pada perkembangan diplomasi budaya Jepang dari masa pemerintahan imperial hingga masa *modern*. Menurut Bukh (2014), diplomasi publik yang diterapkan pemerintah Jepang telah efektif dan dapat dikatakan sebagai kekuatan utama *soft power* Jepang. Pendirian *The*

³¹ Ibid., hlm.6.

³² Ibid., hlm.16.

³³ Alexander Bukh. (2014). 'Revisting Japan's Cultural Diplomacy: A Critique of The Agent-Level Approach to Japan's Soft Power'. *Asian Perspective*, 38(3), hlm.461-485. Available at: <https://www.jstor.org/stable/43738099> (Accessed: 3 Maret 2023).

Japan Foundation juga dinilai Bukh (2014) sebagai keberhasilan langkah Jepang dalam menghilangkan citra negatifnya sebagai negeri tiran ekonomi serta sebagai upaya Jepang dalam membangun hubungan dengan Amerika Serikat.

Dalam melihat keberhasilan capaian diplomasi publik Jepang, Bukh (2014) tidak memungkiri bahwasanya peran demokrasi merupakan hal yang paling krusial dalam mengembangkan *soft power* melalui budaya. Hal ini dikarenakan peran demokrasi mampu berimplikasi pada kebijakan diplomasi Jepang yang lantas mampu memperkuat pengaruh politik Jepang di kawasan Asia dan sekitarnya. Namun, terlepas dari hal ini Bukh (2014) menyesalkan keputusan pemerintah Jepang yang hanya menitikberatkan pada penghilangan citra negatif Jepang dan melupakan esensi dasar dari diplomasi publik yaitu penyebaran budaya di berbagai negara dunia.

Bertitik tolak dari rujukan yang telah dijabarkan, dapat dikatakan bahwasanya telah banyak penelitian yang mengangkat isu mengenai pemanfaatan *soft power* dalam wujud diplomasi publik oleh Jepang. Namun, belum terdapat penelitian yang secara spesifik membahas mengenai upaya diplomasi publik Jepang terhadap Amerika Serikat melalui *Japan House Los Angeles* (JHLA) tahun 2018-2021. Dengan kata lain, *research gap* antara kelima penelitian terletak pada program yang digunakan dalam menganalisis upaya diplomasi publik Jepang. Sejalan dengan hal tersebut, fokus penelitian ini akan berorientasi pada upaya diplomasi publik Jepang dalam menjaga dan memperkuat hubungan bilateral dengan Amerika Serikat melalui pendirian *Japan House Los Angeles* (JHLA).

2.2. Kerangka Teori

2.2.1. Diplomasi Publik

Kebijakan luar negeri merupakan hal krusial bagi suatu negara. Hal ini dikarenakan, kebijakan luar negeri dalam praktiknya mampu menentukan status hubungan sebuah negara dengan aktor-aktor dalam sistem internasional. Sejalan dengan hal ini, kebijakan luar negeri dapat didefinisikan sebagai sebuah tindakan atau strategi yang diterapkan suatu negara yang berlandaskan pada kepentingan nasional yang ditujukan untuk meningkatkan dan memperluas *power* negara di dalam sistem internasional. Dalam praktiknya, kebijakan luar negeri berisi langkah-langkah yang ditujukan sebagai *navigasi* bagi pemerintah suatu negara untuk melaksanakan berbagai kegiatan luar negeri atau kegiatan yang berhubungan dengan negara lain.³⁴

Diplomasi merupakan salah satu wujud dari kebijakan luar negeri yang digambarkan sebagai sebuah seni dan praktik dalam melakukan negosiasi dengan dua atau lebih negara, yang diharapkan mampu mendapatkan hasil akhir yang menguntungkan pihak-pihak yang bersangkutan dan sejalan dengan kepentingan nasional masing-masing pihak.³⁵ Proses globalisasi dalam praktiknya telah berimplikasi bagi perkembangan diplomasi. Dalam hal ini, peran diplomasi tradisional telah tergantikan oleh diplomasi *modern*. Hal ini ditandai dengan semakin luasnya aktor-aktor yang mampu berpartisipasi dalam kegiatan diplomasi

³⁴ Robert Jackson., Georg Sorensen. (2015). *Introduction to International Relations*. Oxford: Oxford University Press, hlm.252.

³⁵ Ibid.

meliputi kelompok masyarakat, individu, pemerintah, organisasi internasional, hingga organisasi non-pemerintah.³⁶ Selain diplomasi ekonomi dan perdagangan, adapun beberapa contoh dari diplomasi *modern* antara lain diplomasi publik, diplomasi budaya, diplomasi *preventif*, diplomasi kesehatan dan lain sebagainya.³⁷

Secara terminologi, diplomasi publik dapat didefinisikan sebagai sebuah upaya negara dalam mewujudkan kepentingan nasionalnya melalui hubungan negara dengan masyarakat (*Government-to-People*) atau masyarakat dengan masyarakat (*Citizen Diplomat*).³⁸ Dalam hal ini, Nicholas J. Cull (2008) juga menekankan bahwasanya terdapat 5 (lima) esensi dasar dalam diplomasi publik, antara lain *cultural diplomacy*, *listening*, *international broadcasting*, *exchange* dan *advocacy*.³⁹ Bertolak dari hal tersebut, Bruce Gregory (2008) melihat bahwasanya diplomasi publik merupakan sebuah instrumen yang digunakan oleh aktor negara maupun aktor non-negara untuk beberapa tujuan, diantara seperti membangun dan menjaga hubungan; mempengaruhi opini untuk kepentingan nasional; hingga untuk memahami budaya, perilaku dan sifat dari sebuah negara.⁴⁰

³⁶ Sukawarasini Djelantik. (2008). *Diplomasi: Antara teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, hlm.70.

³⁷ Nicholas J. Cull. (2008). 'Public Diplomacy: Taxonomies and Elements'. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), hlm.31. Available at: <https://doi.org/10.1177/0002716207311952> (Accessed: 5 Maret 2023).

³⁸ Ibid.

³⁹ Ibid., hlm.32.

⁴⁰ Bruce Gregory. (2008). 'Public Diplomacy: Sunrise Of An Academic Field'. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), hlm.274-290. Available at: <https://www.jstor.org/stable/25098004> (Accessed: 5 Maret 2023).

Sejalan dengan hal tersebut, dewasa ini banyak negara dunia yang memanfaatkan diplomasi publik untuk memperluas eksistensinya dan membangun citra positif di sebuah negara dengan cara mempengaruhi opini publik.⁴¹ Dalam hal ini, opini publik diyakini mampu mempengaruhi keputusan yang diambil oleh pemerintah suatu negara dalam membuat kebijakan luar negerinya.⁴² Oleh sebabnya, dalam proses mendukung keberhasilan praktik diplomasi publik umumnya sebuah negara harus mampu memahami kebutuhan, budaya hingga karakteristik masyarakat negara yang dituju serta mampu menginformasikan identitas negaranya kepada masyarakat internasional yang bertujuan untuk mengoreksi dan meluruskan kesalahpahaman perspektif.⁴³ Dengan demikian, setiap pemangku kepentingan dituntut untuk memiliki keterampilan dalam berkomunikasi dengan harapan mampu meningkatkan perhatian hingga mencapai kepentingan yang lebih luas melalui publik asing. Hal ini sejalan dengan 4 (empat) tujuan diplomasi publik, antara lain:⁴⁴

1. Meningkatkan hubungan yang ditandai dengan kemampuan menyebarkan identitas nasional negaranya kepada publik asing;

⁴¹ Nicholas J. Cull. (2006). *"Public Diplomacy" Before Gullion: The Evolution Of A Phrase*. USC Center on Public Diplomacy. Available at: <https://usepublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase> (Accessed: 5 Maret 2023).

⁴² Ibid.

⁴³ Mark Leonard, et all. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre, hlm.9-10.

⁴⁴ Ibid.

2. Meningkatnya apresiasi publik negara lain terhadap perkembangan ekonomi, politik dan sosial budaya negara yang melakukan diplomasi publik;

3. Membuat publik negara lain merasa memiliki hubungan yang erat dengan negara yang melakukan diplomasi publik sehingga mampu mendorong terjadinya kegiatan investasi, peningkatan pariwisata, diresmikannya program pertukaran akademik dan lain sebagainya;

4. Mempengaruhi kebijakan luar negeri negara yang dituju.

Dalam proses mewujudkan tujuan tersebut, adapun 3 (tiga) dimensi diplomasi publik, antara lain:

1. *News Management* yaitu proses manajemen komunikasi yang ditujukan untuk menyelaraskan sebuah berita dengan kepentingan yang ingin dicapai, umumnya digunakan dalam menguraikan kebijakan luar negeri hingga penjelasan mengenai krisis negara;

2. *Strategic Communication* yaitu proses komunikasi pemerintah bersifat proaktif yang ditujukan untuk memperkuat strategi dan mempengaruhi opini publik yang diharapkan mampu mempromosikan identitas nasional;

3. *Relationship Building* yaitu proses membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat internasional yang ditujukan untuk mendapatkan pengakuan dan apresiasi atas nilai dan aset nasional dari masyarakat internasional.⁴⁵

⁴⁵ Ibid.

Sejalan dengan penjabaran di atas, dalam perkembangannya diplomasi publik tidak hanya ditujukan Jepang untuk mengimbangi kontestasi regional di kawasan Asia Timur, namun juga ditujukan untuk membentuk perspektif positif mengenai Jepang di antara masyarakat Amerika Serikat. Dalam melihat diplomasi publik Jepang di Amerika Serikat melalui *Japan House Los Angeles* (JHLA) tahun 2018-2021, penelitian ini akan berlandaskan pada 3 (tiga) dimensi, yaitu *news management*, *strategic communication* dan *relationship building*. Hal ini ditujukan untuk mengetahui upaya diplomasi publik Jepang di Amerika Serikat melalui *Japan House Los Angeles* (JHLA) tahun 2018-2021.

2.2.2. Soft Power

Joseph Nye (1990) mendefinisikan *soft power* sebagai sebuah kecakapan mewujudkan tujuan maupun kepentingan nasional melalui hal diluar tindakan kekerasan seperti perang, invasi dan lain sebagainya.⁴⁶ Dalam hal ini, *soft power* menitikberatkan pada 3 (tiga) hal, yaitu budaya (*culture*), nilai politik (*Political Values*), dan kebijakan luar negeri (*Foreign Policy*). Sejalan dengan hal ini, tidak mengherankan apabila dalam perkembangannya *soft power* acap kali digambarkan sebagai sebuah kemampuan membangun preferensi orang lain yang berbentuk aset tidak berwujud seperti daya tarik, budaya, institusi politik, nilai-nilai hingga kebijakan-kebijakan yang dianggap sah.⁴⁷

⁴⁶ Nye, Op. Cit., hlm.153-167.

⁴⁷ Ibid.

Opini publik merupakan hal krusial bagi keberlangsungan *soft power*. Hal ini tidak terlepas dari pandangan Nye (2008) yang menilai bahwa informasi merupakan sebuah kekuatan. Lebih lanjut, Nye (2008) menyatakan bahwasanya diplomasi publik merupakan sebuah instrumen penting yang mampu memproyeksikan peran, kredibilitas, hingga kritik masyarakat yang diharapkan mampu menghasilkan kekuatan lunak.⁴⁸ Sejalan dengan hal ini, dapat dikatakan bahwa untuk mendukung proses keberhasilan *soft power* suatu negara dapat memanfaatkan diplomasi publik. Hal ini dikarenakan, diplomasi publik dalam praktiknya mampu memobilisasi sumber daya untuk berkomunikasi dan menarik masyarakat negara tujuan.

Jepang merupakan salah satu negara yang turut memanfaatkan *soft power* dalam wujud diplomasi publik. Dalam perkembangannya, penggunaan berbagai aktor dalam diplomasi publik telah berhasil menciptakan sebuah wacana yang lebih strategis dalam *soft power*. Pada praktiknya *soft power* dimaksudkan untuk membentuk citra internasional yang mampu berkontribusi besar pada kredibilitas suatu negara. Sejalan dengan hal ini, dapat dikatakan bahwasanya pembangunan institusi *soft power* seperti *Japan House Los Angeles* (JHLA) dalam praktiknya ditujukan sebagai sebuah instrumen untuk menonjolkan kredibilitas Jepang secara global.

⁴⁸ Ibid.

2.3. Kerangka Pemikiran

