

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi kontemporer, kemampuan untuk menciptakan daya tarik melalui soft power juga sama pentingnya seperti kekuatan ekonomi dan militer dalam membangun interaksi antar negara. Untuk membentuk citra dan reputasi mereka di mata publik secara internasional, negara-negara didorong oleh globalisasi untuk terlibat dalam persaingan simbolis. Dalam konteks ini, budaya dapat diterapkan untuk mencapai kepentingan nasional dan meningkatkan hubungan dengan negara lain. Sebagai bagian dari dinamika globalisasi, budaya populer memberikan kesempatan kepada negara-negara untuk secara efektif dan tanpa paksaan memperkenalkan identitas, nilai, dan citra nasional mereka (Storey, 2003). Kemudian, diplomasi budaya muncul sebagai jenis diplomasi publik yang berfokus pada penyebaran identitas dan nilai-nilai melalui unsur-unsur budaya yang dapat diterima oleh populasi global (Cull, 2009).

Jepang merupakan salah satu dari sekian banyak negara yang berhasil memanfaatkan budaya populer sebagai instrumen diplomasi budaya. Pasca Perang Dunia II, Jepang menghadapi tantangan besar dalam membangun kembali citra internasionalnya. Selain pembangunan ekonomi, strategi pencitraan nasional yang digambarkan oleh Jepang sebagai negara yang kontemporer, kreatif, damai, dan berbudaya digunakan untuk melaksanakan upaya pemulihan citra ini (Anholt, 2013). Menurut teori *soft power* Joseph S. Nye menyatakan bahwa kemampuan suatu negara untuk mempengaruhi negara lain melalui daya tarik budaya merupakan komponen penting dalam politik internasional kontemporer (Nye, 2004). Untuk menciptakan kesan yang baik di luar negeri, Jepang memasukkan budaya populer ke dalam pendekatan diplomasi publiknya.

Implementasi konkret dari strategi tersebut diwujudkan melalui kebijakan *Cool Japan*, yang diluncurkan secara resmi oleh Kementerian Ekonomi, Perdagangan, dan Industri Jepang (METI) pada tahun 2012. Program ini bertujuan untuk mempromosikan industri kreatif Jepang secara global, termasuk *manga*, *anime*, *fashion*, kuliner, musik, dan produk teknologi sebagai

simbol identitas nasional Jepang (Praditya & Arisanto, 2021). Sebagai aktor utama dalam memperkenalkan budaya dan negara Jepang kepada masyarakat Indonesia, karakter *anime* dan *manga* Jepang tidak diragukan lagi telah berkontribusi pada keberhasilan pemerintah Jepang dalam memengaruhi masyarakat Indonesia.

*Manga* merupakan istilah untuk komik Jepang. Pada umumnya, *manga* menggambarkan budaya dan kehidupan sehari-hari di Jepang (Kinko, 2005). *Manga* juga dibangun berdasarkan beberapa unsur-unsur penting seperti tema, karakter, latar, dan peristiwa menjadi komponen penting dari sebuah cerita *manga*. Sedangkan *anime* merupakan jenis film animasi atau animasi yang diproduksi di Jepang. Biasanya, *anime* merupakan ekspansi animasi dari cerita *manga*. Oleh karena itu, banyak masyarakat mulai terinspirasi dan tertarik untuk menjadi penggemar *anime* karena karakteristik, gaya hidup, alur cerita, dan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya (Iqbal, 2021).

Sebagai bagian dari budaya populer Jepang, *manga* dan *anime* telah berkembang menjadi alat diplomasi budaya dengan pengaruh global yang besar, melampaui sekadar hiburan. *Manga* dan *anime* telah bertransformasi dari produk budaya domestik menjadi fenomena mendunia yang menyatukan orang-orang dari berbagai lapisan masyarakat karena perkembangan teknologi yang pesat (Fauzan, 2025). Meskipun awalnya dianggap sebagai media hiburan untuk anak-anak dan remaja, *anime* dan *manga* telah menyebar ke berbagai kelompok usia, menjadikannya simbolis dari identitas budaya Jepang secara internasional.

Jumlah penggemar *anime* di seluruh dunia saat ini sangat besar dan terus bertambah. Di Jepang, studio produksi *anime* juga semakin banyak. *Anime Kimetsu No Yaiba* dari studio Ufotable yang disutradarai oleh Haruo Sotozaki, saat ini termasuk yang paling terkenal. Koyoharu Gotooge merupakan ilustrator *anime Kimetsu No Yaiba* yang didasarkan pada *manga* dengan judul yang sama. Pada tanggal 6 April 2019, *anime Kimetsu no Yaiba* melakukan debut perdananya. *Anime* ini bertema tentang Korps Pembunuh Iblis, yang membasmi iblis berusia berabad-abad yang memakan manusia. Selanjutnya, *anime* ini juga membahas interaksi sosial dan penggunaan bahasa berbagai karakter (HESTI, 2025).

Studio animasi Ufotable telah mengadaptasi versi *manga* dari *anime Kimetsu no Yaiba* menjadi serial televisi dan film sebanyak tiga kali. Saat ini, anime tersedia dan dapat diakses secara luas di berbagai platform media. *Anime* disajikan dalam berbagai cara, termasuk film live-action, film layar lebar, acara televisi, buku komik, dan *manga* secara digital. Namun, tidak setiap anime dapat bertahan lama di industri hiburan. *Anime* yang paling populer seringkali berasal dari Jepang dan memiliki kualitas tertentu yang membuatnya populer di seluruh dunia (Sulnawir, 2025).

**Tabel 1. 1 Data Penjualan/Penonton Anime *Kimetsu No Yaiba* Secara Global**

No	Tahun Rilis	Produk	Total Penjualan/Penonton
1	2019	Manga <i>Kimetsu No Yaiba</i> (Volume 1)	3.5 juta kopi
2	2019	<i>Kimetsu no Yaiba</i> Season 1 ( <i>Unwavering Resolve</i> Arc)	6.4 juta
3	2020	Film <i>Kimetsu No Yaiba:</i> <i>Mugen Train</i>	41 juta
4	2021	Manga <i>Kimetsu No Yaiba</i>	150 juta
5	2022	Season 2 ( <i>Entertainment</i> District Arc)	10.31 juta
6	2023	Season 3 ( <i>Swordsmith</i> Village Arc)	15.47 juta
7	2024	Season 4 ( <i>Hashira</i> Training Arc)	14.7 juta

**Sumber:** Anime News Network, Viu, TV Fandom Lounge's Substack

Perkembangan produk dan capaian komersial anime *Kimetsu no Yaiba* sejak tahun 2019 menunjukkan tren penting dari ekspansi global industri budaya populer Jepang. Peningkatan penjualan *manga* setelah penayangan *anime* menunjukkan hubungan yang signifikan antara adaptasi media dan ekspansi pasar, menurut laporan industri yang disusun oleh Anime News Network (Anime News Network, 2019). Kemudian perilisan film layar lebar *Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba – The Movie: Mugen Train* pada tahun 2020 telah

berhasil menarik hampir 41 juta penonton di seluruh dunia dan menjadi salah satu film anime terlaris yang semakin memperkuat keberhasilan ini. Berdasarkan data tersebut, *anime Kimetsu no Yaiba* termasuk di antara *manga* dengan tingkat pertumbuhan tertinggi dalam sejarah industri penerbitan Jepang kontemporer.

Dalam acara penghargaan *Crunchyroll Anime Awards 2020*, *anime Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba* meraih penghargaan sebagai *Anime Terbaik Tahun Ini*. Selain itu, *manga Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba* juga memenangkan penghargaan dalam kategori *manga* dan penghargaan bergengsi dari *Japan Cartoonists Association (JCA)*. Sejak dirilis, *manga* ini bahkan mengalami popularitas yang luar biasa (Sulnawir, 2025). Lebih lanjut, kesuksesan *anime Kimetsu no Yaiba* di seluruh dunia merupakan hasil dari kesuksesan komersialnya dan kekuatan ceritanya, yang menjunjung tinggi nilai-nilai budaya Jepang.

Melalui beragam budaya populernya, Jepang secara tidak langsung memperkenalkan budaya dan nilai-nilai tradisional Jepang, seperti penggunaan kimono, bahasa Jepang, dan semangat *bushido*. Dalam *anime Kimetsu No Yaiba* menampilkan kisah perjuangan Kamado Tanjiro dalam melindungi keluarganya dan membasmi iblis, yang sarat dengan nilai pengorbanan, loyalitas keluarga, keberanian, ketekunan, dan semangat pantang menyerah (*ganbaru*). Nilai-nilai tersebut berakar dari prinsip-prinsip Konfusianisme dan etika *Bushido*, yang telah lama tertanam dalam masyarakat Jepang. Diplomasi budaya Jepang diperkuat ketika nilai-nilai budaya dikomunikasikan secara efektif melalui narasi yang menarik dan memikat khalayak di seluruh dunia (Schneider, 2003).

Karena meningkatnya permintaan pembaca menyusul popularitas adaptasi animenya, Elex Media Komputindo, bagian dari Kompas Gramedia Group, mulai menerbitkan *manga Kimetsu no Yaiba* karya Koyoharu Gotouge di Indonesia pada Mei 2020. Hingga tahun 2021, pasar telah merespons dengan baik penyebaran *manga* Jepang di Indonesia, dengan setidaknya enam volume diterjemahkan dan telah berhasil terjual. Masuknya *manga Kimetsu no Yaiba* dalam daftar komik terlaris Elex Media menunjukkan betapa populernya *manga* ini di kalangan pembaca domestik. Pada Oktober 2023 volume 15 bahkan

menduduki peringkat teratas dalam daftar 10 komik terlaris Elex Media, mengalahkan produk budaya populer lainnya seperti *anime Spy x Family* dan *Blue Lock* (Muhammad, 2023). Meskipun data penjualan *manga Kimetsu No Yaiba* di Indonesia tidak dipublikasikan secara rinci, konsistensi *manga Kimetsu No Yaiba* sebagai produk unggulan mencerminkan kontribusinya terhadap pertumbuhan pasar manga Indonesia serta memperlihatkan kuatnya daya tarik budaya populer Jepang di berbagai kalangan.

Ekspansi digital pada *anime Kimetsu no Yaiba* di sejumlah layanan *streaming* legal, termasuk *Netflix*, *Viu*, *iQIYI*, *Vidio*, dan *Crunchyroll* menawarkan subtitle bahasa Indonesia untuk menarik penonton lokal yang semakin mendukung pertumbuhan *anime* tersebut (Kiso, 2023). Berdasarkan laman IMDb, *anime Kimetsu No Yaiba* tercatat masuk kedalam *Top 10 Netflix Asia* dan mendapatkan popularitas di sejumlah negara, termasuk Indonesia (Shamimulislam, 2021). Selain itu, film *Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba - The Movie: Mugen Train* tayang di bioskop Indonesia pada 6 Januari 2021. (Wardana, 2023). Berdasarkan data *box office* tahun 2021, total penonton film ini di Indonesia mencapai sekitar 360.000 orang. Angka ini tercatat sebagai jumlah penonton untuk periode ketika film tersebut menjadi nomor satu di *box office* Indonesia pada awal Januari 2021, dan menjadi capaian akhir meskipun di tengah tantangan pandemi COVID-19 (Film, 2025).

Menurut Sulnawir (2025) *anime* yang berkelanjutan merupakan anime yang populer dan budaya yang diperkenalkan dalam *anime* tersebut tetap ada, seperti orang-orang yang *cosplay* sebagai karakter dari *anime* tersebut. Aktivitas *cosplay*. *Cosplay* karakter seperti Tanjiro, Nezuko, atau Hashira di berbagai acara Jepang di Indonesia menunjukkan bagaimana identitas budaya, nilai-nilai, dan simbol-simbol Jepang yang ditampilkan dalam *anime* tersebut telah melampaui hiburan dan menjadi bagian dari ekspresi budaya populer lintas batas. Hal ini menggambarkan bagaimana *anime* berfungsi sebagai sarana media yang berkelanjutan dan interaktif untuk transmisi budaya.

Penerimaan masyarakat Indonesia terhadap produk budaya populer Jepang memberikan Jepang peluang untuk terus menayangkan animasi Jepang di jaringan TV Indonesia atau layanan *streaming* digital. Konsep, cerita, dan

karakter dalam *manga* sangat disukai oleh masyarakat Indonesia (Nabilah, 2020). Akibatnya, hal ini menciptakan peluang bagi Jepang untuk memperluas diplomasi publiknya di Indonesia melalui *manga* dan *anime Kimetsu No Yaiba*, yang tidak hanya mempromosikan budaya Jepang kepada masyarakat Indonesia tetapi juga identitas nasional mereka. Jepang menggunakan strategi ini untuk mengajarkan masyarakat internasional seperti Indonesia tentang karakteristik sebenarnya dari budaya Jepang, terlepas dari kelamnya masa lalu Jepang.

Penelitian ini secara khusus membatasi periode kajian pada tahun 2021–2024 karena periode tersebut merupakan fase penting dari fenomena global *Kimetsu no Yaiba* setelah puncak popularitas awalnya pada 2019–2020. Periode 2021 menjadi titik penting untuk melihat bagaimana keberhasilan komersial *manga* dan *anime Kimetsu No Yaiba* menjadi pengaruh budaya yang lebih stabil dan berkelanjutan. Momentum ini tidak berhenti pada capaian komersial saja, tetapi berlanjut melalui memperluas distribusi secara internasional dan memperkuat kehadiran *anime* diberbagai platform digital. Studi ini memungkinkan para analis untuk lebih berkonsentrasi pada peran *anime* sebagai alat diplomasi budaya *Cool Japan* melalui *anime Kimetsu No Yaiba* dalam menumbuhkan opini dan kesan positif tentang Jepang di Indonesia.

Saat ini, sudah banyak penelitian akademik yang meneliti anime sebagai instrumen diplomasi budaya khususnya dalam konteks Jepang yang memanfaatkan budaya populer sebagai bagian dari strategi *soft power*. Adanya kekosongan analisis empiris mengenai bagaimana *anime Kimetsu no Yaiba* berfungsi sebagai sarana pembentukan citra Jepang dan peningkatan ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap budaya Jepang. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis *anime Kimetsu no Yaiba* secara lebih spesifik sebagai alat diplomasi budaya Jepang di Indonesia, dengan menekankan keterkaitan antara popularitas global, strategi distribusi lintas media, menggabungkan data penjualan, streaming, penghargaan internasional, serta penerimaan publik Indonesia. Penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi ilmiah pada bidang diplomasi budaya dan menjelaskan peran *anime Kimetsu No Yaiba* sebagai alat kebijakan budaya Jepang dalam skala global.

## 1.2 Rumusan Masalah

*Anime* dan *Manga* merupakan dua produk budaya populer dari Jepang yang secara strategis digunakan dalam kebijakan *Cool Japan* sebagai alat diplomasi budaya. Dengan membawa *anime* ke Indonesia, Jepang berharap dapat meningkatkan pengaruh budayanya dan memperbaiki reputasinya di kalangan masyarakat Indonesia. Mengingat sejarah kolonial Jepang di Indonesia selama Perang Dunia II, yang terus membentuk opini historis sebagian masyarakat Indonesia tentang Jepang, diplomasi budaya melalui *anime* menjadi penting. *anime Kimetsu no Yaiba* hadir sebagai alat diplomasi budaya Jepang dalam membangun citra dan memperkuat pengaruhnya di Indonesia. Penyebaran *anime Kimetsu no Yaiba* menjelaskan bagaimana nilai-nilai budaya Jepang direpresentasikan dalam narasi *anime*, bagaimana strategi distribusi dan popularitas globalnya mendukung agenda diplomasi budaya, serta bagaimana respons dan penerimaan masyarakat Indonesia terhadap *anime* tersebut.

### 1.2.1 Pertanyaan Pokok

1. Bagaimana *anime Kimetsu no Yaiba* berfungsi sebagai instrumen diplomasi budaya *Cool Japan* dalam membangun citra dan memperkuat pengaruh Jepang di Indonesia pada periode 2021-2024?

### 1.2.2 Pertanyaan Operasional

1. Apa kepentingan nasional Jepang dalam mempromosikan diplomasi budaya *Cool Japan* melalui *Anime Kimetsu No Yaiba*?
2. Bagaimana nilai-nilai budaya Jepang direpresentasikan dalam narasi dan karakter *anime Kimetsu no Yaiba*?
3. Apa saja bentuk aktivitas masyarakat Indonesia yang mendukung penyebaran nilai budaya Jepang?
4. Bagaimana respons dan penerimaan masyarakat Indonesia terhadap *anime Kimetsu no Yaiba* sebagai produk budaya Jepang?
5. Apa saja faktor pendukung dan penghambat yang memperkuat atau melemahkan diplomasi budaya Jepang oleh masyarakat Indonesia melalui *anime Kimetsu No Yaiba*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki dua tujuan, yakni tujuan umum dan tujuan khusus.

#### a. Tujuan Umum

1. Menganalisis bagaimana nilai-nilai budaya Jepang yang terdapat dalam *anime Kimetsu No Yaiba* sebagai bagian dari strategi diplomasi budaya *Cool Japan* dipahami oleh masyarakat Indonesia.

#### b. Tujuan Khusus

1. Menganalisis kepentingan nasional Jepang dalam mempromosikan kebijakan *Cool Japan* melalui media *anime Kimetsu No Yaiba* sebagai instrumen diplomasi budaya.
2. Mengidentifikasi representasi nilai-nilai budaya Jepang yang terkandung dalam narasi dan karakter *anime Kimetsu no Yaiba* yang menjadi bagian dari produk budaya populer dalam program *Cool Japan*.
3. Mengkaji berbagai bentuk aktivitas masyarakat Indonesia yang secara langsung maupun tidak langsung mendukung penyebaran budaya Jepang, seperti pembentukan komunitas penggemar (*fandom*), partisipasi dalam festival budaya Jepang, hingga interaksi melalui media sosial dan platform digital.
4. Menganalisis respons dan tingkat penerimaan masyarakat Indonesia terhadap *anime Kimetsu no Yaiba* sebagai produk budaya Jepang mencakup penilaian terhadap bagaimana anime tersebut memengaruhi persepsi, minat, dan ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap budaya Jepang secara lebih luas.
5. Mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat yang memperkuat serta melemahkan dalam pelaksanaan diplomasi budaya Jepang melalui *anime Kimetsu no Yaiba* di Indonesia.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini secara signifikan memberikan kontribusi

dalam memajukan bidang studi hubungan internasional, terutama di bidang diplomasi budaya, *soft power* suatu negara, dan budaya populer sebagai alat kebijakan luar negeri. Studi ini menambah pemahaman tentang bagaimana budaya populer seperti *anime*, *manga*, seni, *fashion*, dan kuliner dapat dimanfaatkan sebagai alat yang ampuh untuk membantu suatu negara memproyeksikan citra positif dan membentuk opini publik di luar negeri. Penelitian ini memperluas penerapan teori-teori *nation branding*, budaya populer, dan diplomasi budaya dengan secara menyeluruh meneliti bagaimana persepsi masyarakat Indonesia mengadopsi nilai-nilai budaya Jepang melalui *anime Kimetsu no Yaiba*. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dalam kerangka teoritis yang menunjukkan bahwa diplomasi budaya melibatkan masyarakat Indonesia sebagai aktor non-negara yang mendukung penyebaran nilai-nilai, identitas, dan diplomatik suatu bangsa dalam *anime Kimetsu no Yaiba* di samping interaksi lintas batas.

**b. Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini memberikan kontribusi strategis bagi para pemangku kepentingan dalam hubungan sosial-budaya Indonesia dan Jepang, khususnya dalam diplomasi budaya melalui *anime Kimetsu no Yaiba* sebagai bagian dari strategi *Cool Japan*. Bagi pemerintah Jepang, terutama lembaga seperti *Ministry of Economy, Trade and Industry* (METI), *Japan Foundation*, serta aktor industri kreatif, penelitian ini dapat digunakan untuk mengenalkan nilai-nilai budaya Jepang dan menumbuhkan opini positif di kalangan masyarakat Indonesia. Studi ini juga dapat membantu pemerintah Indonesia mengembangkan strategi diplomasi budaya yang menangani, mengimbangi, atau bahkan bekerja sama dengan masuknya budaya asing. Selain itu, temuan penelitian ini dapat digunakan oleh pelaku industri kreatif lokal, komunitas penggemar *anime*, dan komunitas budaya untuk lebih memahami bagaimana produk budaya populer Jepang memengaruhi dinamika komunitas mereka.

### c. Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memajukan studi hubungan internasional, khususnya di bidang nation branding, *soft power*, dan diplomasi budaya. Dengan menganalisis bagaimana kepentingan nasional suatu negara dalam hal ini, upaya Jepang dapat dicapai melalui teknik budaya populer kontemporer seperti *anime Kimetsu no Yaiba*, studi ini menambah literatur yang ada. Studi ini menyediakan kerangka analitis yang memperjelas hubungan antara kepentingan nasional dalam aspek sosio-kultural di negara penerima seperti Indonesia dengan menggunakan *anime Kimetsu No Yaiba* sebagai variabel perantara. Pendekatan ini menawarkan pemahaman yang lebih sistematis terkait diplomasi budaya. Hasilnya, studi ini menawarkan dasar ilmiah yang kuat untuk pertumbuhan studi budaya lintas negara di masa depan.

## 1.5 Sistematika Penulisan

### BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang penelitian ini disusun dengan membahas perkembangan budaya populer Jepang sebagai bagian dari strategi diplomasi budaya melalui program *Cool Japan*, yang menempatkan *anime Kimetsu No Yaiba* sebagai salah satu instrumen utama *soft power* Jepang. Selanjutnya menguraikan peran *anime* dalam membangun citra positif Jepang di tingkat global serta kemampuannya menjangkau audiens internasional. Pembahasan kemudian difokuskan pada fenomena meningkatnya popularitas *anime Kimetsu no Yaiba*, baik secara global maupun di Indonesia, yang tercermin dari tingginya penjualan *manga*, capaian *streaming*, serta antusiasme penggemar.

### BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teoritis dan konseptual yang digunakan dalam penelitian. Bagian pertama mengidentifikasi kesenjangan penelitian dan menetapkan posisi studi dalam wacana akademis yang lebih luas dengan meninjau penelitian sebelumnya yang relevan. Teori-teori seperti *nation branding*, budaya populer, dan diplomasi budaya dibahas di bagian

selanjutnya. Setiap teori dijelaskan secara sistematis. Bab ini kemudian diakhiri dengan kerangka pemikiran yang menunjukkan bagaimana variabel-variabel dalam penelitian saling terkait.

### **BAB III METODOLOGI**

Bab ini membahas metode yang digunakan peneliti untuk merumuskan topik penelitian. Pendekatan penelitian (studi kasus diplomasi budaya Jepang di Indonesia), jenis penelitian (kualitatif-deskriptif), serta tempat dan periode penelitian semuanya termasuk dalam metodologi. Jenis dan sumber data, termasuk data primer seperti wawancara dan data sekunder seperti jurnal, publikasi resmi pemerintah, dokumen resmi METI, MOFA, dan Japan Foundation, juga dibahas dalam bab ini. Tinjauan pustaka, dokumentasi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan semuanya berfungsi untuk menjelaskan metode pengumpulan data. Bagian ini menjamin bahwa penelitian dilakukan secara metodis, sah, dan bertanggung jawab secara akademis.

### **BAB IV GAMBARAN UMUM, PEMBAHASAN, DAN ANALISA**

Bab ini memuat hasil analisis utama dari penelitian. Bab ini dimulai diawali pembahasan mengenai dinamika globalisasi *anime*, *manga*, dan film *Kimetsu no Yaiba* sebagai fondasi empiris yang menunjukkan daya tarik (attraction) budaya Jepang di tingkat internasional, kemudian dilanjutkan dengan analisis mengenai bagaimana popularitas global tersebut dikontekstualisasikan dalam kerangka diplomasi budaya Jepang di Indonesia melalui *anime Kimetsu No Yaiba*, bab ini menguraikan kepentingan nasional Jepang dalam membangun *nation branding* dan memperkuat citra positif di mata masyarakat Indonesia; setelah itu dianalisis implementasi konkret diplomasi budaya melalui distribusi anime di platform *streaming*, penerbitan manga resmi di Indonesia, partisipasi dalam festival budaya Jepang, serta aktivitas komunitas *fandom* seperti *cosplay* dan diskusi media sosial sebagai bentuk penerimaan publik; pembahasan kemudian berfokus pada hasil diplomasi budaya yang diukur melalui respons, persepsi, dan faktor pendukung serta penghambat dalam

penyebaran *anime Kimetsu No Yaiba* di Indonesia.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan dari temuan utama penelitian.

