

***NATION BRANDING* JEPANG MELALUI *ANIME* DAN *MANGA*:
KONSTRUKSI PERSEPSI TENTANG NEGARA JEPANG DALAM
KOMUNITAS “AQUANIME” DI INDONESIA**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagaii salah satu syarat untuk Memperoleh Gelar S. I. Pol.



Anugrah Wibawa

1221004022

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anugrah Wibawa
NIM :1221004022
Program Studi : Ilmu Politik

Menyatakan bahwa:

1. Penulisan karya ilmiah yang berjudul: “*Nation Branding* Jepang Melalui *Anime* dan *Manga*: Konstruksi Persepsi Tentang Negara Jepang dalam Komunitas “AQUANIME” di Indonesia” ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan merupakan karya orisinalitas saya dan belum pernah dipublikasikan sebelumnya, serta disusun di bawah bimbingan Dr.rer.pol. Aditya Batara Gunawan, S.Sos, M.Litt.
2. Seluruh proses penelitian ini, mulai dari perencanaan, pengumpulan data, pengolahan data, analisis, hingga penarikan kesimpulan, dilakukan secara jujur dan bertanggung jawab tanpa melakukan plagiarisme maupun pelanggaran hak cipta pihak lain.

Demikian pernyataan orisinalitas ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari terbukti terdapat pelanggaran etika akademik dalam karya ini, saya bersedia menerima segala konsekuensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Atas perhatian dan pertimbangannya, saya ucapkan terima kasih.

Jakarta, 19 Mei 2026

Hormat saya,



Anugrah Wibawa

1221004022

HALAMAN PENGESAHAN

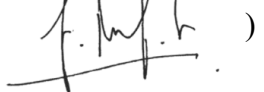
Tugas Akhir ini diajukan oleh


Nama : Anugrah Wibawa
NIM : 1221004022
Program Studi : Ilmu Politik
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Nation Branding Jepang melalui Anime dan Manga:
Konstruksi Persepsi tentang Negara Jepang dalam
Komunitas “AQUANIME” di Indonesia.


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik pada Program Studi Ilmu Politik,

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr.rer.pol. Aditya Batara Gunawan, S.Sos, M.Litt ()

Penguji : Dr. Muhammad Badaruddin, SSos, MSc, MA ()

Penguji : Yudha Kurniawan, S.Sos., M.A ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Mei 2026

Motto

“Real Eyes, Realize, Real Lies.”

- The Deep –

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Politik pada Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Diri Sendiri, terima kasih atas dedikasi serta energi positif yang tidak pernah putus. Alih-alih menjadi fase yang berat, penyelesaian tugas akhir ini justru menjadi sebuah perjalanan seru yang berhasil ditaklukkan dengan kepala tegak dan kewarasan yang tetap utuh hingga halaman terakhir.
2. Kedua Orang Tua, terima kasih atas fasilitas penuh, doa, serta dukungan moral yang selalu mengalir. Semua kelancaran, pencapaian, dan senyum kemenangan hari ini tentu tidak akan terwujud tanpa pengorbanan dan kasih sayang tak terhingga dari Ayah dan Ibu.
3. Bapak Dr.rer.pol. Aditya Batara Gunawan, S.Sos, M.Litt., selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih telah menjadi mentor yang luar biasa sabar dalam meluangkan waktu dan pikiran. Setiap diskusi, masukan, dan coretan revisi merupakan kompas yang menuntun penulis agar tidak tersesat dalam merampungkan penelitian ini hingga tuntas.
4. Bapak Dr. Muhammad Badaruddin, SSos, MSc, MA dan Bapak Yudha Kurniawan, S.Sos., M.A., selaku Dosen Penguji pada sidang akhir. Terima kasih atas sesi diskusi yang membangun serta berbagai perspektif tajam yang Bapak berikan untuk menyempurnakan kualitas dari naskah tugas akhir ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Pogram Studi Ilmu Politik Universitas Bakrie, yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama masa studi.
6. Kakak, Saudara, dan sahabat-sahabat penulis, terima kasih atas segala bentuk dukungan moral, diskusi yang membangun, serta dorongan semangat yang senantiasa diberikan, sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat dilalui dengan pikiran yang jernih dan penuh antusiasme.

7. Anggota Komunitas Aquanime Ordinary Weebs, terima kasih atas kesediaannya berbagi wawasan, antusiasme, serta kerja sama yang baik sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan komprehensif.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Ilmu Politik.

Jakarta, 19 Mei 2026

Hormat saya,



Anugrah Wibawa

1221004022

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anugrah Wibawa
NIM : 1221004022
Program Studi : Ilmu Politik
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi Penelitian Kualitatif

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksekutif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“*Nation Branding* Jepang Melalui *Anime* dan *Manga*: Konstruksi Persepsi
Tentang Negara Jepang dalam Komunitas “AQUANIME” di Indonesia”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 19 Mei 2026

Jakarta, 19 Mei 2026

Hormat saya,



Anugrah Wibawa
1221004022

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis efektivitas soft power dan Nation Branding “*Cool Japan*” melalui anime dan manga dalam mengonstruksi persepsi komunitas "Aquanime Ordinary Weebs" di Indonesia. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan delapan informan, termasuk anggota diaspora di Jepang. Penelitian ini dianalisis menggunakan kerangka Nation Brand Hexagon dari Simon Anholt yang mencakup enam dimensi: Ekspor, Pemerintahan, Budaya, Masyarakat, Pariwisata, serta Investasi dan Imigrasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa soft power Jepang tidak mutlak berhasil, melainkan menghasilkan fragmentasi penerimaan. Terdapat keberhasilan signifikan pada dimensi fisik dan visual (Ekspor, Pariwisata, dan Pemerintahan), di mana komunitas mengglorifikasi kualitas teknologi dan tata kota Jepang. Namun, muncul resistensi keras pada dimensi sosial dan struktural (Masyarakat dan Investasi).

Kata Kunci: Soft Power, Nation Branding, Cool Japan, Anime, Manga, Persepsi, Nation Brand Hexagon.

ABSTRACT

This study analyzes the effectiveness of "Cool Japan" soft power and Nation Branding through anime and manga in constructing the perceptions of the "Aquanime Ordinary Weebs" community in Indonesia. Using a descriptive qualitative method, data was collected through in-depth interviews with eight informants, including diaspora members in Japan. The study utilizes Simon Anholt's Nation Brand Hexagon framework, covering six dimensions: Exports, Governance, Culture, People, Tourism, and Investment and Immigration. The results show that the effectiveness of Japan's soft power is not absolute, but rather leads to a fragmentation of reception. There is significant success in the physical and visual dimensions (Exports, Tourism, and Governance), where the community glorifies Japanese technology and urban beauty. However, strong resistance emerges in the social and structural dimensions (People and Investment).

Keywords: Soft Power, Nation Branding, Cool Japan, Anime, Manga, Perception, Nation Brand Hexagon

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II KERANGKA TEORI	15
2.1 Paradigma Konstruktivisme.....	15
2.2 <i>Soft Power</i>	16
2.3 Nation Branding.....	18
2.4 Kerangka Berpikir.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Metode Penelitian: Kualitatif.....	25
3.1.1 Unit Analisis dan Tingkat Analisis	26
3.2 Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	27
BAB IV ANALISA EMPIRIK	33
4.1 <i>Cool Japan</i> dan Citra Jepang di Dunia Internasional	33
4.1.1 Strategi <i>Cool Japan</i> : Sejarah, Ruang Lingkup, dan Tujuan	33
4.1.2 Citra Negara Jepang di Bawah Kebijakan Strategi <i>Cool Japan</i>	34
4.2 Persepsi Komunitas Aqanime Ordinary Weebs Terhadap Jepang	36
4.2.1 <i>Cool Japan</i> dan Ekosistem Penggemar Budaya Pop Jepang di Indonesia.....	36
4.2.2 Profil Komunitas Aqanime Ordinary Weebs	37
4.2.3 Profil Informan Penelitian.....	39
4.2.4 Persepsi Komunitas Aqanime Ordinary Weebs Terhadap Jepang.....	40
4.3 Pembahasan dan Diskusi	53
4.3.1 Keberhasilan Dominan pada Aspek Fisik	54
4.3.2 Kesenjangan Realitas pada Aspek Sosial.....	56
4.4 Sintesis Bab.....	58
BAB V KESIMPULLAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59

5.2 Saran	60
5.2.1 Saran Akademis.....	60
5.2.2 Saran Praktis.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	68
I. DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA	68
II. TRANSKRIP HASIL WAWANCARA	71