

Analisis nation branding jepang melalui lembaga kebudayaan pemerintah : studi pada The Japan foundation Jakarta = Japan's nation branding analysis through government's cultural institution : study on The Japan foundation Jakarta

Saeka Minami Kalpika, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482049&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan upaya nation branding Jepang di Indonesia yang dilakukan oleh lembaga kebudayaan pemerintah Jepang yaitu The Japan Foundation Jakarta (JF Jakarta) dengan melihat dari perspektif kehumasan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas JF Jakarta melaksanakan upaya nation branding melalui diplomasi budaya, dan telah berperan dalam melaksanakan tiga instrumen diplomasi budaya yaitu bahasa, misi budaya, dan promosi kesenian Jepang di Indonesia dengan cara menyelenggarakan kegiatan berbasis budaya dan bahasa, mengelola media sosial, dan membangun hubungan dengan komunitas pencinta Jepang. JF Jakarta juga sudah menuju pada proses nation branding yang strategis meskipun belum sempurna. JF Jakarta belum merancang strategi komunikasi yang jelas, dan belum mengimplementasikan kontrol serta evaluasi penyampaian pesan inti yang dilakukan sehingga pesan tersebut belum tersampaikan dengan baik kepada khalayaknya. Pendekatan kehumasan dalam nation branding yang dijalani humas JF Jakarta sebagian besar telah memenuhi karakteristik pembangunan hubungan (relationship building) dibandingkan dengan pengelolaan citra (image management). Pendekatan kehumasan yang dilakukan JF Jakarta ini sudah tepat, kini yang perlu dilakukan adalah bagaimana supaya hubungan yang dibangun ini dapat dikelola dengan baik sehingga menghasilkan keuntungan lainnya yang lebih dari sekedar mendapatkan citra Jepang yang baik di mata masyarakat Indonesia.

This study aims to describe Japan's nation branding in Indonesia through Japan's government cultural institution named The Japan Foundation Jakarta (JF Jakarta) from public relations perspective. This study uses a qualitative approach with case studies method. The results showed that the public relations of JF Jakarta carried out the efforts of nation branding through cultural diplomacy, and had taken a role in implementing three cultural diplomacy instruments, which are language, cultural mission, and promotion of Japanese arts in Indonesia by organizing cultural and language-based activities, managing social media, and building relationships with Japan enthusiasts' communities. JF Jakarta has also carried out a strategic branding process even though it is not yet perfect. JF Jakarta has not designed a clear communication strategy, and has not implemented controls and evaluation of the delivery of the core messages so the message has not been conveyed properly to the audience. Public relations' approach in nation branding carried out by JF Jakarta public relations in nation branding had largely fulfilled relationship building approach's characteristics compared to image management approach. This public relations approach taken by JF Jakarta is right, now what needs to be done is to find out how the relationship that is built can be managed properly to produce other benefits that are more than just getting a good image of Japan in the eyes of the Indonesian people.