



UNIVERSITAS INDONESIA



**BUDAYA POPULER MANGA DAN ANIME SEBAGAI
SOFT POWER JEPANG**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Humaniora**

**YOLANA WULANSUCI
NPM 0606088406**

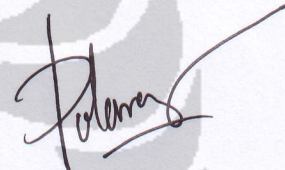
**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA
PROGRAM STUDI JEPANG
DEPOK
JULI 2010**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa skripsi ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Indonesia.

Jika di kemudian hari ternyata saya melakukan tindakan Plagiarisme, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Indonesia kepada saya.

Jakarta, 12 Juli 2010



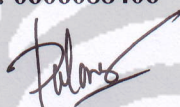
Yolana Wulansuci

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Yolana Wulansuci

NPM : 0606088406

Tanda Tangan : 

Tanggal : 12 Juli 2010


HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :
nama : Yolana Wulansuci
NPM : 0606088406
Program Studi : Jepang
judul : Budaya Populer *Manga* Dan *Anime* Sebagai
Soft Power Jepang

ini telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora pada Program Studi Jepang, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Diah Madubrangti ()

Penguji : Dr. Siti Dahsiar Anwar ()

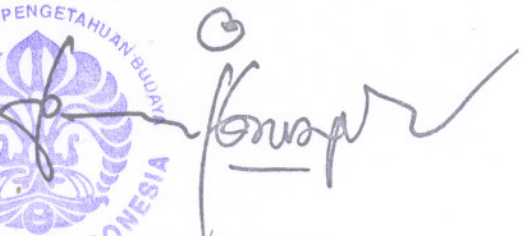
Penguji : Ferry Rustam, S.S., M.Si. ()

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 12 Juli 2010

oleh

Dekan
Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya
Universitas Indonesia




Dr. Bambang Wibawarta
NIP. 19651023 1990031 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Humaniora Program Studi Jepang Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Diah Madubrangti selaku dosen pembimbing yang telah mendukung dan membantu penulis serta menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini. (Terima kasih karena sensei selalu sabar dalam membimbing saya dan terbuka terhadap ide-ide baru. Terima kasih juga atas seluruh nasehat yang sensei berikan kepada saya). 先生、いろいろお世話になりました、本当にありがとうございました。
2. Ibu Dr. Siti Dahsiar Anwar dan Bpk. Ferry Rustam, S.S., M.Si. yang telah meluangkan waktu untuk membaca dan menguji skripsi penulis.
3. Ibu Sri Ayu Wulansari, S.S., M.Si. yang selalu membantu dan mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini. (Terima kasih untuk semua masukan, nasehat dan dukungan besar yang sensei berikan kepada saya dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini). 先生、心から感謝します。どうもありがとうございました。
4. Seluruh dosen Program Studi Jepang FIB UI dan dosen FIB UI lainnya yang selama masa studi telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat.
5. Papa dan Mama tercinta. (Terima kasih karena telah melahirkan dan membesarkan Owa dengan penuh kasih sayang. Terima kasih karena selalu mendukung dan mendoakan Owa selama ini. Owa bersyukur kepada Allah SWT karena punya mama dan papa. Owa sayang mama, papa. For my lovely sister, thank you for your huge support. You are my big motivator. I love you sis).
6. Keluarga besar Wagio dan Abdul Hamid. Aunty Marni, Aunty Darsi, Om Thole, Om Nono, Om John, Uncu Hen, Taci Ta dan semua keluarga. (Terima

kasih untuk dukungan dan doa buat Owa selama ini). Terima kasih juga untuk dukungan yang diberikan semasa hidupnya kepada penulis oleh Alm. Pakde Tok, Alm. Kakung dan Alm. Eyang Uti.

7. Sahabat dan teman-teman. Terima kasih untuk doa dan dukungan serta persahabatan selama ini kepada Nurul Ilmi, Ranti Oktaviani, Cut Annisa Maulidya, Citra Rindu Prameswari, Detta Olyvia Nirwana, Agnes Kresnawan. (Banyak yang dah kita lewatin sama-sama yaa. Aku sayang kalian semua. ^__^)
8. Teman-teman angkatan 2006: Kara, Bunidh, Adit, Ariana, Tata, Puput, Gita, Diyu, Fuji, Dini, Galih, Nanta, Aji, Baim, Zaim, Zakky. (Semua tentang angkatan kita berkesan banget.). Terima kasih juga untuk semua senpai dan kouhai program studi Jepang FIB UI.
9. Teman-teman di KOPMA FIB UI: Jeanne Françoise (seneng banget bisa diskusi perdamaian dunia sama lo Jeanne), Yayan, Uci, Ines, Fatya, Rieska, Diana, Ressa, Arin, Dedi, Biyanto, Miko, Eby, Ryan, Danang, Adit. Terima kasih juga kepada Mas Sam, Mas Yo, Mas Fajar, Mas Lukman, Mas Gino dan Mbak Vivi.
10. Teman-teman lainnya: Meria Susanti, Yulia Tifani, Githa Yoshanti (makasih dah bantuin minjemmin bukunya), Nesya Amelita (makasih dah ngajarin bahasa Korea) dan semua teman-teman lainnya yang selalu mendukung penulis selama ini.
11. Tokoh-tokoh yang memiliki pengaruh tersendiri dalam kehidupan penulis: Bpk. Marty Natalegawa, Hyde (L'Arc~en~Ciel), Himura Kenshin, Ikal dan Arai (Sang Pemimpi).
12. Semua pihak-pihak yang selalu membantu dan mendukung penulis selama ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis selama ini. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 12 Juli 2010

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Yolana Wulansuci
NPM : 0606088406
Program Studi : Jepang
Fakultas : Ilmu Pengetahuan Budaya
Jenis karya : Skripsi

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

Budaya Populer *Manga* dan *Anime* Sebagai *Soft Power* Jepang

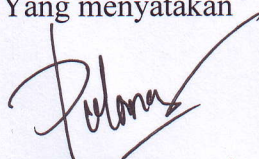
berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Juli 2010

Yang menyatakan



(Yolana Wulansuci)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Gambaran Umum Budaya Populer Jepang	1
1.1.2 Gambaran Umum Manga dan Anime Sebagai Budaya Populer Jepang	3
1.1.3 Manga dan Anime Sebagai Salah Satu Bentuk <i>Soft Power</i> Jepang	6
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penulisan	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Batasan Penelitian	10
1.6 Landasan Teori	10
1.7 Metode Penelitian	10
1.8 Sistematika Penulisan	11
2. KONSEP BUDAYA POPULER JEPANG DAN SOFT POWER	12
2.1 Konsep Budaya Populer Jepang	12
2.1.1 <i>Manga</i> Sebagai Budaya Populer Jepang	13
2.1.2 <i>Anime</i> Sebagai Budaya Populer Jepang	15

2.2 Konsep <i>Soft Power</i>	17
2.3 <i>Soft Power</i> Jepang	23
3. BUDAYA POPULER SEBAGAI <i>SOFT POWER</i> JEPANG DITINJAU DARI <i>MANGA</i> DAN <i>ANIME DORAEMON</i>	26
3.1 Manga dan Anime Doraemon Sebagai <i>Soft Power</i> Jepang	26
3.1.1 Kebebasan Berkespresi	27
3.1.2 Persahabatan	37
3.1.3 Lingkungan	39
3.2 Doraemon Sebagai Duta Budaya Animasi Jepang	43
3.3 Tujuan Jepang Memanfaatkan Budaya Populer <i>Manga</i> dan <i>Anime</i> Sebagai <i>Soft Power</i> Ditinjau Dari <i>Manga</i> dan <i>Anime Doraemon</i>	47
4. KESIMPULAN	51
DAFTAR PUSTAKA	54
DAFTAR ISTILAH	58
LAMPIRAN	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.	<i>Time Furoshiki</i>	28
Gambar 3.2.	<i>Yume Fuurin</i>	30
Gambar 3.3.	Salam	32
Gambar 3.4.	<i>Futon</i>	34
Gambar 3.5.	Doraemon, Nobita, Jaian, Suneo, Shizuka	35
Gambar 3.6.	Petualangan Nobita	38
Gambar 3.7.	Nobita dan Doraemon	40
Gambar 3.8.	Nobita di Dasar Laut	41
Gambar 3.9.	<i>The Cuddliest Hero in Asia</i>	44
Gambar 3.10.	Pelantikan Doraemon	44
Gambar 3.11.	<i>Dorayaki</i> Untuk Doraemon	45
Gambar 3.12	Doraemon dan Duta Besar Jepang	46

DAFTAR TABEL

Perbedaan <i>Hard Power</i> dan <i>Soft Power</i>	19
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Sinopsis Doraemon	60
Lampiran 2: Tokoh Dalam <i>Manga</i> dan <i>Anime</i> Doraemon	62
Lampiran 3: <i>Manga</i> Doraemon	70
Lampiran 4: <i>Anime</i> Doraemon	72
Lampiran 5: Tayangan <i>Anime</i> Doraemon Di Negara Lain Di Luar Jepang	74



ABSTRAK

Nama : Yolana Wulansuci

Program Studi : Jepang

Judul : Budaya Populer Manga dan Anime Sebagai Soft Power Jepang

Skripsi ini membahas budaya populer manga dan anime sebagai soft power Jepang. Pembahasan ini menggunakan konsep budaya populer oleh John Storey dan konsep soft power oleh Joseph S. Nye Jr. Penelitian ini difokuskan pada manga dan anime Doraemon serta menggunakan metode kualitatif dengan teknik deskriptif analisis. Perhatian pemerintah Jepang terhadap budaya populer yang dimanfaatkan menjadi soft power salah satunya dapat dilihat dari ditunjuknya Doraemon menjadi Duta Budaya Animasi Jepang pertama pada tahun 2008 yang memiliki misi diplomasi khusus. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman mengenai budaya populer manga dan anime yang dimanfaatkan Jepang sebagai soft power negara tersebut dalam menjalin hubungan dengan dunia internasional.

Kata kunci:

Budaya populer, manga, anime, soft power

ABSTRACT

Name: Yolana Wulansuci

Study Program: Japanese Studies

Title: Popular Culture Manga and Anime as Japan's Soft Power

This thesis is about popular culture manga and anime as Japan's soft power. The research is using the concept of popular culture by John Storey and soft power's concept by Joseph S. Nye Jr. The focus of this thesis is on Doraemon's manga and anime. The Japanese government concerns on make use of popular culture as soft power can be seen from Doraemon's appointment as the first Anime Cultural Ambassador in 2008 which has a special diplomatic mission. This thesis uses qualitative descriptive analysis methode. The purpose of this study is to understand the use of popular culture as soft power for Japan on making relationship with the international world.

Key words:

Popular culture, manga, anime, soft power

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Gambaran Umum Budaya Populer Jepang

Jepang telah dikenal sebagai negara maju yang tetap mempertahankan dan memelihara budayanya. Selain memelihara budaya tradisional, Jepang juga mengembangkan budaya populernya. Budaya populer Jepang atau yang sering disebut *Japanese popular culture* tersebut telah berhasil menarik perhatian masyarakat internasional. Beberapa contoh budaya populer Jepang adalah *manga* (漫画) / komik, *anime* (アニメ) / animasi, *game*, *j-music*¹, dan *dorama* (drama televisi). *Manga* dengan bermacam jenisnya, sangat laris di pasaran, baik di Jepang maupun di negara-negara lain. Begitu pula dengan animasi Jepang atau yang biasa disebut *anime*, telah menarik banyak penonton di seluruh dunia. Salah satu contohnya adalah keberhasilan animasi Doraemon yang telah disiarkan di berbagai negara. Selain itu, jenis musik dari Jepang atau *J-Music* juga telah memiliki penggemarnya sendiri. Banyak penyanyi ataupun grup band Jepang yang telah dikenal baik di negara-negara lain, contohnya penyanyi Ayumi Hamasaki, Utada Hikaru, dan grup band L'Arc~en~Ciel.

Di dalam bukunya yang berjudul *Teori Budaya dan Budaya Pop*, John Storey mengutip penjelasan Raymond Williams mengenai definisi budaya dan budaya populer. Williams memberikan tiga definisi terhadap kata budaya, yaitu: pertama, budaya dapat digunakan untuk mengacu pada "suatu proses umum perkembangan intelektual, spiritual dan estetis". Misalnya, kita bisa berbicara tentang perkembangan budaya Jepang dengan merujuk pada faktor-faktor intelektual, spiritual, estetis para filsuf agung, seniman, dan penyair-penyair besarnya. Kedua, budaya bisa berarti "pandangan hidup tertentu dari masyarakat,

¹ *J-Music* atau *Japanese Music* merupakan istilah yang biasa digunakan untuk menyebut jenis musik yang berasal dari Jepang. Sama seperti musik biasa, *J-Music* juga terdiri dari berbagai jenis, seperti *J-Pop*, *J-Rock*, dsb.

periode, atau kelompok tertentu.” Jika kita membahas perkembangan Jepang dengan menggunakan definisi ini, berarti kita tidak hanya memikirkan faktor intelektual dan estetisnya saja, tetapi juga perkembangan sastra, hiburan, olah raga, dan upacara ritus religiusnya. Beberapa contohnya yaitu karya sastra Jepang klasik seperti *Genji Monogatari*, upacara-upacara ritual di *jinja* ataupun *matsuri* yang sangat banyak ragamnya. Ketiga, budaya bisa merujuk pada ”karya dan praktik-praktik intelektual, terutama aktivitas artistik.” Dengan kata lain teks-teks dan praktik-praktik itu diandaikan memiliki fungsi utama untuk menunjukkan, menandakan (*to signify*), memproduksi, atau kadang menjadi peristiwa yang menciptakan makna tertentu.²

Raymond Williams juga mengemukakan empat makna kata populer, yaitu “banyak disukai orang”, ”jenis kerja rendah”,³ ”karya yang dilakukan atau dibuat untuk menyenangkan orang”, ”budaya yang memang dibuat oleh masyarakat untuk diri mereka sendiri”.⁴ Ada satu titik awal yang menyatakan bahwa budaya pop itu memang budaya yang menyenangkan atau banyak disukai orang. Kita bisa melihatnya dari larisnya penjualan novel ataupun penjualan album penyanyi terkenal. Berdasarkan makna kata populer yang dikemukakan oleh Williams tersebut, John Storey mengemukakan enam definisi budaya populer. Dalam penjelasannya, Storey mendefinisikan budaya pop antara lain sebagai “budaya massa”.⁵

Definisi budaya pop sebagai budaya massa memiliki pengertian budaya yang diproduksi secara massa untuk dikonsumsi massa. Audiensnya adalah sosok-sosok yang tidak memilih. Budaya itu sendiri dianggap hanya sekedar rumusan, manipulatif, dan dikonsumsi tanpa berpikir panjang. Teks dan praktik budaya pop lebih dilihat sebagai fantasi publik. Budaya pop dianggap sebagai dunia impian kolektif. Definisi ini memberi kejelasan bahwa budaya pop merupakan budaya

² John Storey, *Teori Budaya dan Budaya Pop*, (Yogyakarta: Penerbit Qalam, 1993), 3

³ Terdapat perbedaan antara budaya pop dan budaya tinggi. Jenis kerja rendah mengacu pada pernyataan bahwa budaya pop adalah budaya komersial dampak dari produksi massal, sedangkan budaya tinggi adalah hasil kreativitas individu. Karena itu, budaya tinggi adalah budaya yang mendapatkan penerimaan moral dan estetis yang lebih dari masyarakat (John Storey, 1993).

⁴ *Ibid.*, 10

⁵ *Ibid.*, 15

yang memang diproduksi secara massa sehingga dapat dinikmati oleh banyak orang dari kalangan manapun dan penyebarannya pun menjadi lebih luas. Dari definisi-definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa budaya populer adalah budaya yang dibuat oleh masyarakat dan diproduksi secara massa yang diperuntukkan untuk masyarakat itu sendiri dengan tujuan untuk menyenangkan diri mereka.

Di dalam buku *Handbook of Japanese Popular Culture*, Hidetoshi Kato memberikan penjelasan mengenai budaya populer Jepang. Menurutnya, istilah budaya populer dalam bahasa Jepang lebih tepat disebut sebagai *taishuu bunka* (大衆文化) atau "budaya massa". Selain istilah *taishuu bunka*, juga terdapat istilah *minshuu bunka* (民衆文化) atau budaya rakyat dan *minzoku bunka* (民族文化) atau budaya bangsa. Walaupun kedua kata ini memiliki pengertian yang dekat, tetapi menurut Kato kurang tepat untuk mendeskripsikan istilah budaya populer.⁶ Budaya massa memiliki pengertian suatu bentuk budaya yang banyak disukai oleh masyarakat, tidak hanya masyarakat Jepang saja tetapi juga disukai oleh masyarakat dari negara-negara lain. Inilah yang disebut sebagai disukai secara massa yang menyebabkan budaya populer tersebut juga diproduksi secara massa.

1.1.2 Gambaran Umum *Manga* dan *Anime* Sebagai Budaya Populer Jepang

Tidak dapat dipungkiri bahwa budaya populer Jepang sangat menarik perhatian berbagai kalangan dan telah menyebar ke seluruh dunia. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan budaya populer Jepang seperti *manga* dan *anime* dapat diterima dengan baik tidak hanya di Jepang tetapi juga di luar Jepang, yaitu: pertama, budaya pop Jepang memiliki kreativitas dan kualitas yang tinggi. Dalam berbagai jenis budaya populer, orang Jepang menuangkan kreativitasnya yang tinggi dan ditunjang dengan kualitas yang sangat baik.⁷ Di dalam *manga* dan *anime* tema yang dieksplorasi sangat beragam dan penggambaran karakter

⁶ Hidetoshi Kato, *Handbook of Japanese Popular Culture*, (Westport: Greenwood Press, 1989), xvii

⁷ Timothy J. Craig (ed), *Japan Pop! Inside the World of Japanese Popular Culture*, (New York: M.E Sharpe, 2000), 6

tokoh serta latar dibuat dengan sangat teliti dan detail sehingga sangat menarik untuk dibaca ataupun ditonton.

Kedua, budaya populer Jepang mengandung unsur kehidupan, mimpi, dan relevansinya. Budaya populer Jepang mencakup kehidupan dengan semua dimensinya. Tema yang diangkat ke dalam *manga* dan *anime* sangat berhubungan dengan kehidupan manusia pada umumnya yang mencakup cinta kasih, kebaikan dan keburukan, hubungan manusia dengan alam, hingga mimpi untuk masa depan. Selain itu dalam *manga* dan *anime* juga ditemukan idealisme yang kuat, seperti yang sering ditunjukkan oleh tokoh-tokoh dalam *manga* dan *anime* yaitu memiliki semangat yang kuat dan berjuang untuk meraih tujuan ataupun mimpi-mimpinya. *Manga* dan *anime* juga memiliki kedekatan dengan kehidupan sehari-hari manusia. Di Jepang, *manga* yang banyak diminati adalah *manga* yang menceritakan seseorang yang melakukan hal-hal yang normal dalam kehidupan sehari-harinya (Schodt, 1996)⁸. Di dalam *manga* ataupun *anime*, setiap tokoh memiliki karakter tersendiri yang memiliki sisi baik dan buruk serta kekuatan dan kelemahannya. Sebagai contoh, tokoh Nobita dalam *manga* dan *anime* Doraemon yang di satu sisi memiliki karakter pemalas, lemah dalam hal pelajaran, dan sering dijahili teman-temannya, namun di sisi lain dia juga memiliki sifat baik, penyayang, dan suka menolong. Karakter baik dan buruk yang dimiliki oleh tokoh dalam *manga* dan *anime* itulah yang membuatnya manusiawi sehingga menjadi dekat dengan pembaca maupun penonton.

Ketiga, budaya populer Jepang seperti di dalam *manga* dan *anime* memiliki aspek hubungan antar manusia, pekerjaan dan perkembangan spiritualitas. Dalam *manga* dan *anime*, kompleksitas hubungan antar tokoh merupakan hal yang penting, seperti hubungan dengan keluarga (ayah, ibu, anak, saudara), hubungan dengan teman sekelas maupun teman kerja, hubungan dengan kekasih, hingga hubungan dengan orang yang dibenci. Selain hubungan antar tokoh, pekerjaan yang dilakukan tokoh tersebut juga merupakan hal yang digambarkan dengan jelas dalam *manga* dan *anime*. Pekerjaan yang dilakukan oleh seorang tokoh, tidak hanya menggambarkan kebutuhan seseorang terhadap

⁸ *Ibid.*,13

uang, namun juga memiliki makna dalam kehidupannya. Selain itu, keseimbangan antara pekerjaan dan keluarga juga sering digambarkan dalam *manga* dan *anime*. *Manga* dan *anime* juga sering menggambarkan sisi spiritualitas seperti adanya tokoh yang memiliki suatu kekuatan khusus yang didapatkannya melalui latihan intensif dengan kesabaran yang tinggi. Seperti dalam *anime Dragon Ball* kekuatan tokoh utamanya, Son Goku, bukan merupakan pemberian Dewa, melainkan ia dapatkan setelah melalui latihan keras yang melibatkan fisik dan spiritualnya.⁹

Sesuai dengan pengertian budaya populer Jepang sebagai budaya massa yang dikemukakan oleh Hidetoshi Kato, *manga* dan *anime* juga dapat dikategorikan sebagai budaya populer Jepang. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya produksi *manga* yang terdiri dari berbagai jenis yang diterbitkan di Jepang maupun di negara lain. Banyaknya terbitan *manga* tersebut tidak terlepas dari banyaknya jumlah pembaca dan penikmat *manga* Jepang. Sebagai contoh, di Indonesia sangat banyak judul *manga* Jepang yang telah diterbitkan dan mendapatkan apresiasi yang baik dari pembaca. Bahkan kehadiran tiap edisi *manga* yang diterbitkan secara berkala tersebut sangat ditunggu oleh pembaca setianya. Contoh lainnya yaitu animasi Jepang yang sangat diminati. Di Jepang, belasan judul *anime* ditayangkan setiap minggunya, sedangkan di negara lain juga telah banyak judul *anime* yang ditayangkan dan memiliki penggemar sendiri.

Saat ini perkembangan budaya populer Jepang yang sangat pesat beserta dengan keunikan, kreatifitas dan inovasi yang semakin meningkat, tidak hanya berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Jepang, tetapi juga sedikit banyak telah memberi pengaruh dalam kehidupan masyarakat di negara lain. Pengaruh ini dapat dilihat antara lain dari banyaknya penggemar *manga* di luar Jepang yang selalu menantikan *manga* untuk diterbitkan di negara mereka. Begitu juga dengan *anime* yang juga banyak ditonton oleh penggemarnya dan menjadi suatu kebutuhan bagi mereka untuk selalu mengikuti perkembangan *manga* dan *anime* yang ada di Jepang. Pengaruh *manga* dan *anime* ini juga dapat dilihat dari banyaknya literatur yang ditulis mengenai perkembangan *manga* dan *anime* yang tidak hanya ditulis oleh penulis Jepang, namun juga oleh penulis asing. *Manga*

⁹ *Ibid.*, 15

dan *anime* juga sering menjadi bahan diskusi para akademisi sebagai budaya populer Jepang yang sangat diminati. Selain itu gaya penggambaran *manga* dan *anime* juga telah banyak dipelajari dan menjadi inspirasi banyak seniman komik di seluruh dunia. Di lain pihak, *manga* dan *anime* juga sangat berpengaruh dalam menarik masyarakat internasional untuk lebih mengetahui mengenai Jepang mulai dari bahasa, budaya hingga teknologinya.

1.1.3 *Manga dan Anime Sebagai Salah Satu Bentuk Soft Power Jepang*

Dalam pergaulan internasional, Jepang telah lama dikenal sebagai salah satu negara industri maju dengan sistem ekonomi yang kuat. Dengan penguasaan teknologi yang canggih, Jepang mampu mengembangkan industri otomotif dan manufaktur lainnya yang mampu menguasai pasar dunia. Kekuatan ekonomi Jepang tersebut telah menjadikan Jepang sebagai negara yang memiliki pengaruh besar dalam perekonomian dunia. Berbeda dengan pengaruh besar Jepang dalam bidang ekonomi dan industri otomotif serta elektronik yang dianggap sebagai bentuk *hard power*, pengaruh Jepang dalam bidang budaya populer yang telah banyak menarik perhatian tersebut merupakan suatu bentuk dari *soft power*. Budaya populer Jepang yang saat ini telah diterima dengan baik oleh masyarakat di negara lain tanpa adanya paksaan dalam penerimaannya, bersifat lebih "lunak" bila dibandingkan dengan pengaruh Jepang lainnya seperti pada bidang ekonomi dan teknologi.

Saat ini istilah *soft power* sering didiskusikan oleh akademisi maupun praktisi hubungan internasional. Konsep *soft power* pertama kali diperkenalkan oleh Joseph S. Nye Jr., seorang mantan dekan Kennedy School of Government, Harvard University. Ia menjelaskan *soft power* sebagai kemampuan suatu negara untuk mencapai tujuannya dengan lebih menggunakan daya tarik (*attraction*) dari pada paksaan (*coercion*) dan pembayaran (*payment*). Salah satu bentuk daya tarik (*attraction*) tersebut adalah daya tarik dari budaya negara tersebut. Definisi *soft power* menurut Nye yaitu:

“Soft power is the ability to get what you want through attraction rather than coercion or payments. It arises from the attractiveness of a country’s culture, political ideals, and policies.”¹⁰

Menurut Nye, *soft power* bergantung kepada kemampuan negara untuk mengatur agenda politik dalam cara yang bisa menjadi pilihan (*preference*) bagi negara lainnya. Salah satu cara untuk memberikan preferensi pada negara lain tersebut adalah melalui daya tarik budaya yang atraktif, ideologi dan institusi. Berbeda dengan kekuatan militer atau kekuatan ekonomi yang digunakan untuk “memaksa” negara lain mengubah pandangan atau posisinya, *soft power* lebih menekankan pada kemampuan suatu negara untuk mencapai kepentingannya terhadap negara lain dengan menggunakan pengaruh budaya, nilai politis, dan kebijakan luar negerinya.

Dalam konteks Jepang, salah satu daya tarik budaya yang dimilikinya adalah budaya populer yang dapat dimanfaatkan sebagai *soft power* negaranya. Nye mengungkapkan bahwa Jepang memiliki sumber-sumber *soft power* yang lebih potensial dibandingkan dengan negara-negara di Asia lainnya. Salah satu sumber *soft power* tersebut adalah budaya populer Jepang yang tetap menjadi sumber *soft power* yang potensial bahkan setelah ekonominya melemah.

“Japan has more potential soft power resources than any other Asian countries . . . Japan’s popular culture was still producing potential soft power resources even after its economy slowed down.”¹¹

Di antara berbagai bentuk budaya populer Jepang, *manga* dan *anime* telah lama dikenal dan memiliki penggemar yang sangat banyak di seluruh dunia dan dianggap sebagai bagian kunci dari budaya populer Jepang. Telah banyak judul *manga* yang diterjemahkan ke berbagai bahasa lain dan dibaca oleh banyak orang. Sama seperti *manga*, *anime* juga telah ditayangkan di banyak negara di dunia dan berhasil meraih popularitas. Seiring perkembangannya, tema yang diangkat ke dalam *manga* dan *anime* juga semakin beragam, sehingga dapat dinikmati oleh semua kalangan dari berbagai usia. Kepopuleran *manga* dan *anime* di seluruh dunia juga dianggap sebagai bukti kekuatan ekspresif (*expressive strength*) yang

¹⁰ Joseph S. Nye Jr., *Soft Power The Means to Success in World Politics*, (New York: Public Affairs, 2004), x

¹¹ *Ibid.*, 85-86

dimiliki oleh seniman Jepang (Allison, 2006).¹² Karena kepopuleran global yang dimiliki oleh *manga* dan *anime*, pemerintah Jepang pun mendorong pengembangan *manga* dan *anime* sebagai salah satu ekspor budaya utama Jepang (Kinsella, 2000).¹³ Keseriusan pemerintah Jepang dalam mengembangkan *manga* dan *anime* ditunjukkan dengan disetujuinya permintaan dari Kyoto Seika University untuk mendirikan School of Cartoon and Comic Art oleh Kementerian Pendidikan, Olahraga, dan Budaya Jepang pada tahun 1999 dan mulai beroperasi pada tahun 2000. Kyoto Seika University menjadi universitas pertama yang memiliki departemen seni komik dan kartun di Jepang. Sebagai tambahan, pada tahun 2000 *White Paper of Education* dari Kementerian Pendidikan, Olahraga, dan Budaya Jepang juga mencatat bahwa *manga* adalah suatu bentuk komunikasi kontemporer yang sangat penting.¹⁴ Pada tahun 2007 diselenggarakan *International Manga Award* yang memberikan penghargaan kepada penulis *manga* yang berasal dari luar Jepang.

Pada suatu kesempatan, mantan Perdana Menteri Jepang Taro Aso pernah mengatakan bahwa budaya media Jepang yang dikenal secara global adalah alat diplomasi yang efektif. Bahkan Taro Aso juga menekankan kemampuan Jepang untuk menggunakan *comic-book diplomacy* dalam menjalin hubungan dengan negara lain.¹⁵ Hal ini ditunjukkan dengan dilantikannya tokoh *manga* dan *anime* terkenal, Doraemon sebagai Duta Budaya Animasi Jepang. Doraemon dilantik oleh Menteri Luar Negeri Jepang Komura Masahiko pada tanggal 19 Maret 2008 di Kementerian Luar Negeri Jepang di Tokyo. *Anime* Doraemon diangkat dari *manga* dengan judul yang sama yang ditulis oleh Fujiko F. Fujio pada tahun 1969. Doraemon direkomendasikan oleh para ahli animasi dan budaya pop Jepang sebagai tokoh yang sangat layak menjadi duta budaya animasi karena melalui *manga* dan *anime* Doraemon para penonton yang berasal dari luar Jepang dapat melihat berbagai aspek kebudayaan Jepang, cara berpikir serta keseharian orang Jepang. Pada peringatan 50 tahun hubungan diplomasi Indonesia-Jepang pada

¹²Mark W. MacWilliams, *Japanese Visual Culture* (New York: M.E. Sharpe, 2008), 15

¹³*Ibid.*

¹⁴*Ibid.*, 46

¹⁵Hannah Beech, *Japan Reaches Out* (Tokyo: 20 Nov 2008)

tahun 2008, Doraemon sebagai Duta Budaya Animasi Jepang juga datang ke Indonesia. Hal ini semakin memperjelas bahwa hubungan Jepang dengan negara-negara lain di dunia juga dapat didukung oleh budaya populer yang dimilikinya. Dengan ditunjukkannya Doraemon yang merupakan tokoh *manga* dan *anime* yang sangat populer di luar Jepang, menunjukkan bahwa pemerintah Jepang telah memanfaatkan budaya populer *manga* dan *anime* sebagai *soft power*-nya dalam menjalin hubungan dengan dunia internasional. Budaya populer Jepang yang dikembangkan sebagai *soft power* negara tersebut telah memainkan peranan yang cukup penting dalam diplomasi Jepang.

1.2 Perumusan Masalah

Masalah penelitian yang diangkat dalam skripsi ini adalah budaya populer *manga* dan *anime* sebagai *soft power* Jepang yang berkembang di seluruh dunia. Penelitian ini didukung dengan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Mengapa *manga* dan *anime* sebagai budaya populer Jepang dapat diterima dengan baik oleh masyarakat baik di Jepang maupun di luar Jepang?
2. Pesan apakah yang dapat disampaikan Jepang melalui *manga* dan *anime* yang dimanfaatkan sebagai *soft power*?
3. Apakah tujuan Jepang dalam memanfaatkan budaya populer *manga* dan *anime* sebagai *soft power*?

1.3 Tujuan Penulisan

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memahami secara mendalam dan menyampaikan mengenai budaya populer *manga* dan *anime* yang dimanfaatkan oleh Jepang sebagai *soft power* dalam menjalin hubungan dengan dunia internasional.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari segi akademis, hasil penelitian ini dimaksudkan untuk menyampaikan bahwa budaya populer Jepang yaitu *manga* dan *anime* yang sangat populer saat

ini, merupakan suatu bentuk *soft power* yang dimiliki oleh Jepang. Selain itu hasil penelitian ini juga yang diharapkan dapat menambah khazanah pengetahuan dan penelitian di bidang masyarakat dan kebudayaan Jepang.

Dari segi sosial, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai budaya populer Jepang yang dalam perkembangannya juga digunakan oleh pemerintah Jepang sebagai *soft power* dalam bidang diplomasi negaranya. Selain itu hasil penelitian ini juga yang diharapkan dapat memberikan sumbangsih pengetahuan mengenai masyarakat dan kebudayaan Jepang.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian dalam pembahasan budaya populer Jepang sebagai bentuk *soft power* dalam skripsi ini difokuskan pada *manga* dan *anime* Doraemon.

1.6 Landasan Teori

Di dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan teori budaya populer yang dikemukakan oleh John Storey. Selain itu, penulis juga menggunakan teori *soft power* yang dikemukakan oleh Joseph S. Nye Jr.

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode kualitatif dengan teknik deskriptif analisis. Dalam hal teknik pengumpulan data, penulis menggunakan metode studi kepustakaan. Bahan bacaan yang digunakan adalah buku-buku teks, artikel, dan publikasi elektronik. Bahan bacaan penulisan skripsi ini diperoleh dari Perpustakaan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia, Perpustakaan Departemen Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, Perpustakaan Pusat Studi Jepang Universitas Indonesia, Perpustakaan The Japan Foundation, Perpustakaan Kedutaan Besar Jepang, bapak dan ibu dosen, koleksi pribadi, dan internet.

1.8 Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun dalam empat bab yang disusun secara sistematis. Bab I merupakan pendahuluan yang memuat latar belakang, perumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, batasan penelitian, landasan teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Bab II merupakan bagian kerangka teori yang membahas mengenai konsep budaya populer Jepang dan konsep *soft power* yang dikemukakan oleh Joseph S. Nye Jr. Bab III memuat analisis budaya populer *manga* dan *anime* sebagai salah satu bentuk *soft power* Jepang yang ditinjau dari *manga* dan *anime* Doraemon. Bab IV merupakan kesimpulan dari skripsi ini.



BAB 2

KONSEP BUDAYA POPULER JEPANG DAN *SOFT POWER*

2.1 Konsep Budaya Populer Jepang

Konsep budaya populer Jepang dikemukakan oleh Hidetoshi Kato yang mengatakan bahwa istilah budaya populer dalam bahasa Jepang lebih tepat disebut disebut sebagai *taishuu bunka* (大衆文化) atau budaya massa.¹⁶ Pengertian *taishuu bunka* atau biasa disingkat menjadi *taishuuka* dalam kamus bahasa Jepang *Koujien* (広辞苑)¹⁷ adalah:

大衆化：一般民衆に広まり、親しまれるものとなること。また、その
ようなものにする。

Taishuuka: *ippan minshuu ni hiromari, shitashimareru mono to naru koto.*

Mata, sono youna mono ni suru to.

Taishuuka: hal yang menyebar dan dikenal di kalangan masyarakat banyak dan semacamnya.

Budaya populer Jepang terdiri dari berbagai macam jenis seperti *manga* dan *anime* yang banyak disukai tidak hanya oleh masyarakat Jepang saja tetapi juga disukai oleh masyarakat dari negara-negara lain. Hal ini menyebabkan *manga* dan *anime* diproduksi secara massa. Di Jepang, penjualan *manga* mencapai angka yang cukup tinggi diantara penjualan jenis bacaan lain seperti buku, novel ataupun majalah. Pada tahun 2004 *manga* yang diterbitkan berjumlah 297 judul dengan total 1.134.000 kopi.¹⁸ Sedangkan penayangan *anime*, mendapatkan porsi yang cukup besar dari stasiun televisi Jepang. Banyak penerbit-penerbit besar seperti Kodansha, Shogakukan dan Shueisha yang menerbitkan berbagai judul *manga*. Studio-studio besar yang memproduksi anime juga cukup banyak, contohnya Ghibli, Gainax dan Sunrise yang memproduksi *anime* berkualitas.

Selain *manga* dan *anime*, budaya populer Jepang yang lain yaitu *Japanese Music* (*J-Music*) yang telah dikenal luas di berbagai negara. *J-Music* yang

¹⁶Hidetoshi Kato, *Handbook of Japanese Popular Culture* (Westport: Greenwood Press, 1989), xvii

¹⁷Shinmura Izuru, *Koujien* (Tokyo: Iwami Shoten, 1992), 1544

¹⁸Mark W. MacWilliams, *Japanese Visual Culture* (New York: M.E. Sharpe, 2008), 46

dimaksud bukan jenis musik tradisional seperti musik *enka*, namun musik yang ber-*genre* pop serta rock. Banyak artis dan penyanyi Jepang yang memiliki penggemar di luar Jepang, begitu pula dengan album rekaman mereka yang juga telah dipasarkan di negara-negara lain. Penjualan album penyanyi dan grup musik Jepang sangat laris dipasaran. Bahkan banyak dari penyanyi dan grup musik yang mempunyai fans setia dalam jumlah besar. Fans di Jepang tersebut juga membantu memperkenalkan penyanyi dan grup band favoritnya ke luar Jepang dengan menggunakan media forum-forum di internet.

Selain musik, berbagai jenis dan judul *game* yang berasal dari Jepang juga diproduksi secara massa dan bisa dinikmati diseluruh dunia. *Game* asal Jepang ini juga tidak kalah populernya dengan berbagai jenis *game* yang berasal dari Amerika ataupun Eropa. Jepang juga telah menjadi salah satu pusat *fashion* dunia. Gaya berpakaian muda-mudi Jepang yang juga dikenal dengan sebutan *Harajuku Style* sangat menarik perhatian dan diminati oleh muda-mudi di negara-negara lain. Budaya populer Jepang seperti *manga*, *anime*, *j-music*, dan *fashion* kini telah dinikmati secara massa tidak hanya di Jepang, tetapi juga di seluruh dunia.

2.1.1 Manga Sebagai Budaya Populer Jepang

Dalam budaya populer Jepang yang mengalami perkembangan yang pesat, *manga* dan *anime* telah mendapatkan tempat tersendiri di hati banyak orang bahkan dianggap sebagai kunci budaya pop Jepang. *Manga* (漫画) terdiri dari dua kanji yaitu “man” (漫) yang berarti penuh, tidak beraturan, dan “ga” (画) yang berarti gambar. Secara harfiah *manga* bisa diartikan penuh dengan gambar yang tidak beraturan. *Manga* terdiri dari berbagai jenis, seperti *shoujo manga* yaitu komik perempuan dan *shounen manga* yaitu komik laki-laki, *kodomo manga* yaitu komik anak-anak, dan *manga* dewasa. *Manga* telah berhasil menarik perhatian dan mendapatkan banyak penggemar. *Manga* disukai karena memiliki keberagaman dalam gaya, tema, isi, karakter dan makna sehingga dapat dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat. Selain itu, seperti yang diungkapkan Frederik Schodt (1996) *manga* juga memiliki kekuatan untuk mengekspresikan ketakutan

maupun harapan-harapan manusia¹⁹. *Manga* juga bisa dinikmati sebagai komoditi kesenangan yang tidak mahal.

Manga memiliki latar sejarah yang cukup panjang dan terus berkembang hingga menjadi *manga* yang dikenal saat ini. *Manga* diperkirakan berasal dari perkembangan jenis karikatur Jepang zaman dahulu dan terus dikembangkan pada zaman Tokugawa hingga sekarang. Osamu Tezuka yang juga dikenal sebagai “*God of Manga*” dianggap sebagai penemu *manga* modern Jepang. Tezuka lahir di Osaka pada tahun 1928 dan selama 25 tahun ia tinggal di Takarazuka sebelum pindah ke Tokyo. Ayahnya adalah seorang penggemar film dan mengajarkan Tezuka untuk menonton film yang banyak berasal dari luar negeri. Tezuka masih remaja saat terjadinya Perang Dunia ke-II, dan setelah perang usai Tezuka bertekad untuk mengajarkan nilai perdamaian, kemanusiaan, serta menghargai kehidupan dalam *manga* yang ditulisnya. Dalam perkembangannya, Tezuka dikenal sebagai *mangaka* (penulis *manga*) yang bertemakan kemanusiaan dan *manga* yang ditulisnya dapat dinikmati oleh semua kalangan baik perempuan maupun laki-laki dan dari semua umur. Tezuka juga banyak menggunakan teknik sinematik seperti *close-up* dan mengeksplorasi tema dari beragam sudut pandang. Selain itu Tezuka juga dianggap mampu menuliskan tema yang berat dan karakter yang kompleks seperti yang dilakukan oleh novelis, di dalam karyanya. Hal inilah yang membuat Tezuka mendapatkan banyak penghargaan dan ia telah berhasil mengangkat *manga* ke tingkat yang dihargai dan dihormati.²⁰

Karya Tezuka yang berjudul *Shin Takarajima* (New Treasure Island) diterbitkan pada tahun 1947 dan berhasil menarik pembaca muda hingga penjualan *manga*-nya pun mencapai lebih dari 400.000 kopi. Pada tahun 1952, karya lain Tezuka, Tetsuwan Atomu (Astro Boy) kembali berhasil menarik pembaca. *Manga* Tetsuwan Atomu pun kemudian diangkat menjadi serial *anime* pada tahun 1963 dan menjadi *anime* yang sukses besar dan melegenda hingga sekarang. Pada tahun 1980 *anime* ini kemudian di terjemahkan ke dalam bahasa Inggris dengan judul Astro Boy dan kembali meraih sukses di luar Jepang. Dalam

¹⁹ *Ibid.*, 5

²⁰ *Ibid.*, 35

perkembangannya telah banyak *manga* dengan berbagai tema yang mendulang kesuksesan. Tidak jarang pula *manga* tersebut diangkat menjadi serial *anime* bahkan drama televisi yang juga berhasil sukses tidak hanya di Jepang, namun juga di negara-negara lain. Sebagai contoh Doraemon, Berusaiyu no Bara (The Rose of Versailles), One Piece, Bleach dan Naruto.

Sebagai bentuk dari budaya populer yang merupakan budaya massa, *manga* dinikmati oleh banyak orang. Hal ini terlihat dari total penjualan *manga*. Penjualan *manga* di Jepang sangat tinggi, yaitu 22,5 persen dari total penjualan buku dan majalah pada tahun 2004 dan pada tahun 2006 total penjualan *manga* adalah 481 milyar yen.²¹ Sedangkan di negara lain seperti Amerika Serikat, total penjualan *manga* telah meningkat sebanyak 22 persen dari 7,8 juta dolar pada tahun 2005 menjadi 9,5 juta dolar pada tahun 2006.²² Ketertarikan terhadap *manga* juga dapat dilihat dari banyaknya acara yang berkaitan dengan *manga* yang diadakan di Jepang dan di luar Jepang. Di Jepang selain banyak acara mengenai *manga*, juga terdapat suatu acara yang diadakan untuk memberikan penghargaan kepada para penulis *manga* atau *manaka*. Sedangkan di luar Jepang seperti di Amerika Serikat juga banyak acara yang diadakan oleh komunitas pencinta *manga*, salah satu yang terbesar adalah Baltimore's Otakon. Di Indonesia juga cukup banyak acara yang diadakan untuk berkumpulnya komunitas pencinta *manga* dan biasanya juga bersamaan dengan acara yang bernuansa Jepang. Hal ini menunjukkan *manga* dapat dinikmati tidak hanya oleh orang Jepang, namun juga oleh masyarakat di negara lain.

2.1.2 *Anime* Sebagai Budaya Populer Jepang

Selain *manga*, Jepang juga memiliki *anime* yang berhasil meraih popularitas global dan memiliki banyak penggemar. *Anime* merupakan abreviasi dari kata *animation* dalam bahasa Inggris yang digunakan oleh orang Jepang untuk menyebut tayangan animasi²³. Saat ini *anime* menjadi sebuah kata yang

²¹ *Ibid.*, 14

²² *Ibid.*

²³ Susan J. Napier, *Anime from Akira to Howl's Moving Castle* (New York: Palgrave Macmillan, 2005), 4

dikenal di luar Jepang untuk mendiskripsikan animasi buatan Jepang atau kartun Jepang. Animasi pertama kali dikenal di Jepang pada abad 19 yaitu pada era Meiji (1868-1912). Pada masa itu Jepang menjalin hubungan dengan Amerika Serikat dan negara-negara di Eropa, sehingga ilmu pengetahuan baru termasuk di bidang seni dan media masuk ke Jepang.

Tayangan animasi pertama buatan Jepang adalah sebuah animasi pendek karya Oten Shimokawa yang berjudul *Imokawa Mukuzo Genkanban no Maki* (*Mukuzo Imokawa, the Doorman*) yang ditayangkan di bioskop sebagai penyeling film utama pada tahun 1917. Pada tahun 1945, sebuah *anime* yang berjudul *Momotaro Umi no Shinpei* (*Momotaro's Divine Sea Warriors*) digunakan oleh angkatan laut Jepang untuk tujuan propaganda untuk membangun semangat anak-anak masa itu. *Anime* selanjutnya dirilis pada tahun 1958 yang berjudul *Hakujaden* (*The Legend of White Serpent, aka Panda and the Magic Serpent*).²⁴ Sebelum dirilisnya *anime* ini, satu-satunya animasi dengan cerita yang utuh (*full-length animation*) hanya berasal dari luar Jepang, seperti Amerika Serikat.

Seiring dengan perkembangan televisi pada tahun 1960-an, *anime* pun berkembang dengan dibuat serial televisinya. Serial *anime* pertama adalah *Otogi Manga Karendaa* (*Otogi Manga Calendar*) yang dirilis pada tahun 1962 sebanyak 312 episode. Tahun 1963, serial *anime* *Tetsuwan Atomu* (*Astro Boy*), *Tetsujin 28-go* (*Gigantor*), dan *8 Man* berhasil meraih sukses. Tidak hanya di dalam negeri, *Astro Boy* dan *Gigantor* juga meraih sukses saat penayangannya di Amerika Serikat, beberapa negara di Eropa serta Asia. Dalam perkembangannya *anime* berhasil meraih kepopuleran dan memiliki banyak penggemar di seluruh dunia. Bahkan film animasi karya Hayao Miyazaki yang berjudul *Sen to Chihiro no Kamikakushi* (*Spirited Away*) berhasil menjadi *Best Animated Feature Film* pada Academy Award pada tahun 2001 dan memenangkan *Golden Bear Award* dalam Berlin Film Festival.²⁵ Karya-karya Miyazaki *sensei* lainnya seperti *Mononokehime* (*Princess Mononoke*), *Nausicaa*, *Howl's Moving Castle* juga mendapat apresiasi yang baik karena dianggap sebagai *anime* berkualitas.

²⁴ MacWilliams, *op.cit.*, 49

²⁵ *Ibid.*, 59

Beberapa judul *anime* lain yang meraih popularitas adalah *Akira*, *Sailor Moon*, *Doraemon*, *Neon Genesis Evangelion*, *Gundam*, *Ranma 1/2*, *Rurouni Kenshin (Samurai X)*, *Pokemon*, *Death Note*, dan *Fullmetal Alchemist*. Seiring perkembangannya, cerita dalam *manga* dan *anime* semakin beragam dan terus mendapat apresiasi yang sangat baik, tidak hanya di Jepang tetapi juga di luar Jepang. *Anime* juga disukai karena memiliki visual efek yang sangat beragam sehingga menarik untuk dilihat. Hingga sekarang, *manga* dan *anime* telah berhasil menjadi budaya populer Jepang yang sangat populer di luar Jepang.

Sama seperti *manga*, *anime* yang juga merupakan budaya populer Jepang juga dinikmati secara massa. Lebih dari 80 judul *anime* yang ditayangkan dalam satu tahun dan jumlah penonton perminggu mencapai 1 juta orang. Jumlah penjualan *anime* di Jepang yang biasanya dalam format DVD juga sangat besar, yaitu sekitar 27 milyar dolar pada tahun 2006.²⁶ Menurut Japan Information Network, 60 persen dari kartun diseluruh dunia berasal dari Jepang.²⁷ Dengan banyaknya peminat *manga* dan *anime* baik di Jepang maupun di luar Jepang membuktikan bahwa *manga* dan *anime* merupakan bagian dari budaya populer Jepang yang sangat kuat. Kekuatan inilah yang membuat *manga* dan *anime* disebut sebagai kunci budaya populer Jepang.

2.2 Konsep *Soft Power*

Joseph S. Nye Jr., seorang mantan dekan Kennedy School of Government, Harvard University adalah tokoh yang mempopulerkan *term soft power* dalam bidang hubungan internasional. Dalam perjalanan karirnya, Nye pernah menjadi Pejabat Deputy Menteri dalam administrasi Carter dan Asisten Menteri Pertahanan untuk Urusan Keamanan Internasional pada administrasi Clinton. Pada pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 2004, ia menjadi Penasehat Keamanan Nasional dari John Kerry. Pengalaman yang ia dapatkan dalam perjalanan karirnya itulah yang mempengaruhinya dalam mendeskripsikan *term soft power* yang ia tuangkan dalam bukunya yang ditulis pada tahun 2004 dengan judul *Soft Power The Means*

²⁶*Ibid.*,13

²⁷*Ibid.*, 14

to *Success in World Politics*. Sebelumnya Nye juga sering membahas mengenai kekuatan (*power*) dalam buku-bukunya yang lain dan pertama kali membangun konsep *soft power* dalam buku *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*.²⁸

Beberapa tahun belakangan ini *soft power* cukup sering diperbincangkan dalam studi hubungan internasional. Latar belakang Nye membahas term *soft power* adalah karena pemerintahan Amerika Serikat yang sering dianggap lebih mengedepankan *hard power* seperti kekuatan ekonomi hingga militer dalam politik internasionalnya. Menurut Nye terdapat banyak pembuat keputusan yang sering mengabaikan pentingnya *soft power* dan apabila suatu negara tidak mampu memasukan *soft power* dalam strategi nasionalnya, maka itu merupakan suatu kesalahan. *Soft power* menurut Nye adalah kemampuan suatu negara untuk mencapai tujuannya dengan lebih menggunakan daya tarik (*attraction*) dari pada paksaan (*coercion*) dan pembayaran (*payment*).²⁹ *Soft power* bisa berbentuk kebudayaan dari suatu negara, nilai politik, dan kebijakan luar negeri. Walaupun *soft power* tidak bersifat memaksa, namun bukan berarti *soft power* adalah suatu kelemahan dalam hubungan internasional.

Untuk dapat menguatkan pentingnya penggunaan *soft power* oleh suatu negara, Nye memberikan definisi *soft power* dan menjelaskan perbedaannya dengan *hard power*. Secara sederhana Nye mengatakan bahwa apabila seseorang menginginkan orang lain untuk melakukan apa yang diinginkannya, orang tersebut dapat melakukannya dengan dua cara yaitu menggunakan paksaan (ancaman) atau bujukan. Perbedaan *hard power* dan *soft power* hanyalah satu derajat, karena baik *hard power* maupun *soft power* adalah merupakan aspek kemampuan suatu negara dalam mencapai tujuannya dengan mempengaruhi negara lain. *Hard power* merupakan kekuasaan komando (*command power*) yang dalam pelaksanaannya memaksa pihak lain untuk mengubah pilihannya ataupun mengubah apa yang sedang dilakukannya. Sedangkan *soft power* merupakan kekuasaan memilih atau kooptif (*co-optive power*) yaitu lebih menggunakan

²⁸ http://www.guernicamag.com/interviews/777/how_soft_is_smart_1/ (20 Mei 2010, 22.00)

²⁹ Joseph S. Nye Jr., *Soft Power The Means to Success in World Politics*, (New York: Public Affairs, 2004), x

bujukan yang dapat berupa ketertarikan pada suatu kebudayaan dan ideologi, ataupun pilihan-pilihan politis. Bentuk perbedaan *hard power* dan *soft power* dijelaskan sejajar dalam garis rangkaian berikut:

Tabel: Perbedaan *Hard Power* dan *Soft Power*

	<i>Hard Power</i>	<i>Soft Power</i>
Spectrum of Behaviours	Command ← ● coercion ● inducement ●	agenda setting ● attraction ● Co-opt →
Most Likely Resources	force sanctions payment bribes	Institutions values culture policies

Sumber: Joseph S. Nye Jr., *Soft power The Means to Success in World Politics*, (New York: Public Affairs, 2004), 8

Hard power dan *soft power* saling berhubungan, namun *soft power* tidak tergantung pada *hard power* karena keberadaan *hard power* dan *soft power* dalam suatu negara tidak selalu berjalan beriringan. Di lain sisi, *soft power* dan *hard power* juga dapat saling menguatkan ataupun saling mempengaruhi. Sebagai contoh, sebuah negara yang memiliki sistem ekonomi kuat dan kekuatan militer yang besar, belum tentu memiliki *soft power* yang sama kuatnya, juga terdapat kemungkinan *soft power* negara tersebut lebih lemah. *Soft power* juga tidak dapat disamakan dengan pengaruh (*influence*). Hal ini dikarenakan, pengaruh bisa bergantung pada *hard power* seperti ancaman (militer) atau ekonomi (*payment*). *Soft power* lebih dari sekedar bujukan (*persuasion*) atau kemampuan menggerakkan orang lain melalui argumen. Walaupun hal tersebut memang merupakan hal yang penting dalam *soft power*, namun *soft power* juga merupakan

kemampuan untuk menarik perhatian, dan daya tarik sering membuahkan persetujuan tanpa adanya protes. Secara sederhana dapat dijelaskan seperti berikut, bila negara A telah mempercayai bahwa daya tarik negara B dapat diterima dan logis, maka sangat mungkin bagi negara B meminta negara A untuk memberikan apa yang diinginkannya tanpa harus menggunakan paksaan ataupun ancaman. Namun daya tarik yang dimiliki oleh suatu negara juga dapat berubah menjadi buruk apabila negara tersebut bertindak arogan sehingga merusak pesan sesungguhnya dari nilai-nilai dalam daya tarik yang mereka miliki.

Dalam pengaturan politik internasional suatu negara, sangat penting untuk membuat agenda yang dimaksudkan untuk menarik pihak lain, bukan hanya dengan menggunakan ancaman ataupun kekuatan militer. *Soft power* dapat bersandar pada keadaan tertarik oleh gagasan-gagasan pihak lain, ataupun kepandaian dari suatu negara untuk menetapkan jadwal politik hingga terbentuk preferensi yang diekspresikan oleh pihak lain yang berhubungan dengan negara tersebut. Kemampuan untuk memunculkan preferensi-preferensi cenderung dihubungkan dengan sumber-sumber kekuatan yang tidak terlihat (*intangible asset*) seperti kepribadian yang menarik, kebudayaan, nilai-nilai politik dan kebijakan yang terlihat logis dan memiliki kekuatan moral. Aspek-aspek ini dapat dikatakan sebagai kekuasaan atau kekuatan yang halus sifatnya, yang berbeda dengan kekuasaan komando yang keras, yang biasanya dihubungkan dengan sumber-sumber kekuatan yang nyata (*tangible asset*) seperti kekuatan ekonomi dan militer. Sebagai contoh, menurut Nye Amerika Serikat dapat dikatakan telah sukses dalam *hard power*, namun sering mengabaikan *soft power*-nya. Kesuksesan Amerika seharusnya diikuti dengan pemahaman yang mendalam akan pentingnya *soft power* serta kombinasi yang baik antara *hard power* dan *soft power*.

Tidak dapat dipungkiri juga terdapat pihak-pihak yang bersikap skeptis terhadap *soft power* dan menganggap kemampuan *soft power* dalam mendukung negara untuk mencapai tujuannya terbatas. Ada juga yang beranggapan bahwa daya tarik bukanlah suatu kekuatan yang dapat digunakan dalam meraih tujuan politik suatu negara. Pihak-pihak yang beranggapan seperti ini biasanya hanya

melihat kekuatan sebagai kekuatan komando dan mengabaikan kemampuan untuk mencapai tujuan tanpa harus memaksa orang lain dengan ancaman ataupun pembayaran untuk mengubah pandangannya. *Soft power* memiliki pengaruh yang menyebar secara tidak langsung sehingga dapat memperkuat posisi tawar dalam meraih tujuan yang diinginkan. Di satu sisi *soft power* mungkin dianggap kurang relevan dibandingkan *hard power* dalam mencegah serangan bersenjata, menjaga perbatasan negara, ataupun melindungi sekutu. Namun di sisi lain, *soft power* memainkan peran yang sangat penting dalam menyebarkan nilai-nilai kemanusiaan (HAM), demokrasi dan pemanasan global.

Walaupun pengaruh daya tarik dalam mencapai tujuan sangat beragam berdasarkan konteks dan tujuan yang ingin dicapai, dan dampak dari *soft power* sering dianggap tidak nyata, namun hal tersebut tidak membuat *soft power* menjadi tidak relevan bila dibandingkan dengan *hard power*. Berdasarkan analisa Nye, keseimbangan antara *soft power* dan *hard power* diperlukan dalam suatu negara agar dapat mencapai kekuasaan yang menyeluruh. Selain itu *soft power* juga merupakan jalan untuk menciptakan perdamaian. Memenangkan perdamaian lebih sulit daripada memenangkan sebuah peperangan, dan *soft power* adalah hal yang pokok untuk memenangkan perdamaian.

“Winning the peace is harder than winning a war, and soft power is essential to winning the peace.”³⁰

Dalam konsep *soft power* yang dikemukakan oleh Nye, ia menjelaskan bahwa *soft power* dapat bersumber dari tiga hal yang dimiliki oleh suatu negara, yaitu kebudayaan (yang bersifat menarik bagi orang lain), nilai-nilai politik (yang dapat diterapkan di dalam maupun di luar negaranya), dan kebijakan luar negeri (apabila memiliki legitimasi dan otoritas moral).³¹ Ketiga sumber *soft power* tersebut dapat digunakan oleh suatu negara dalam mencapai tujuannya terhadap negara lain.

Budaya suatu negara memiliki nilai-nilai tersendiri dan pada prakteknya memiliki makna bagi masyarakatnya. Terdapat dua kategori budaya menurut Storey (1993) yaitu budaya tinggi seperti karya sastra, karya seni dan pendidikan

³⁰ *Ibid.*, xii

³¹ *Ibid.*, 11

yang biasanya dinikmati oleh kaum elit, dan budaya populer yang biasanya berpusat pada hiburan yang bersifat massa yang dapat dinikmati oleh semua kalangan. Apabila kebudayaan dari suatu negara mengandung nilai-nilai universal yang juga dimiliki oleh negara-negara lain, maka besar kemungkinan negara tersebut untuk dapat mencapai tujuannya terhadap negara lain, karena telah terbangun kepercayaan berdasarkan daya tarik budayanya. Melalui budaya populer yang beragam bentuknya, memungkinkan suatu negara untuk dapat menyampaikan lebih banyak nilai dan pesan yang dimilikinya seperti kebebasan berekspresi, persahabatan dan perdamaian, hingga lingkungan hidup.

Nye memberi contoh mengenai *soft power* Amerika Serikat dengan mengatakan bahwa Amerika mempunyai potensi *soft power* yang lebih besar dibandingkan negara-negara lain dalam sistem internasional. Menurutnya, kebudayaan Amerika secara relatif juga tidak mahal dan merupakan sumber *soft power* yang sangat berguna. Kebudayaan umum Amerika terwujud dalam produk-produk dan komunikasi-komunikasi yang memiliki daya tarik yang tersebar. Sudah tentu, dari hal tersebut Amerika memiliki lebih banyak kesempatan untuk menyampaikan pesan-pesannya dan mampu mempengaruhi preferensi negara-negara lain. Contohnya adalah film-film produksi Hollywood yang merupakan perwujudan kebebasan berekspresi di Amerika Serikat. Menurut studi-studi UNESCO, Amerika mengeksport tujuh kali lebih banyak pertunjukan televisi dibanding dengan negara lain. Dalam konteks Jepang, salah satu daya tarik budaya yang dimilikinya adalah budaya populer *manga* dan *anime* yang telah dikenal luas di seluruh dunia. Melalui *manga* dan *anime*, Jepang dapat menyampaikan pesan-pesan yang dimilikinya seperti persahabatan yang ingin dijalin oleh Jepang dengan negara lain, kebebasan mengekspresikan kreatifitas, hingga masalah lingkungan yang juga menjadi isu hangat beberapa tahun belakangan ini.

Selain daya tarik budaya, nilai-nilai politik suatu negara juga merupakan sumber *soft power* yang potensial. Nilai-nilai politik yang dimaksudkan seperti nilai-nilai demokrasi, hak asasi manusia, kebebasan, keterbukaan, persamaan, anti rasialis, dan lainnya. Tanggapan dari negara lain terhadap nilai-nilai politik yang

dimiliki oleh suatu negara sangat tergantung dengan bagaimana negara tersebut mengembangkan nilai-nilai politisnya tidak hanya di luar negeri, namun juga di dalam negaranya sendiri. Sebagai contoh yaitu nilai demokrasi. Suatu negara yang mempromosikan nilai demokrasi dalam pergaulan internasional, harus terlebih dahulu menunjukkan perkembangan demokrasi di negaranya. Hal ini akan mempermudah negara lain dalam menerima nilai demokrasi tersebut. Oleh sebab itulah nilai-nilai politis bisa menjadi sumber *soft power* apabila suatu negara dapat membuktikan kepada dunia internasional bahwa mereka konsisten dalam menjalankan nilai-nilai yang dianutnya.

Sumber *soft power* lainnya adalah kebijakan luar negeri. Setiap negara di dunia menyampaikan kepentingan nasionalnya kepada dunia internasional melalui kebijakan luar negerinya. Untuk menjalin kerjasama dengan negara-negara lain, *soft power* suatu negara memiliki peranan penting karena dalam prakteknya sama sekali tidak menggunakan paksaan. Kebijakan luar negeri yang berdasarkan aspek kepentingan nasional yang lebih luas dan berpandangan jauh ke depan, lebih menarik bagi negara lain dibandingkan dengan kebijakan yang hanya berdasarkan aspek kepentingan nasional yang sempit dan perspektif yang kabur. Kebijakan luar negeri yang merupakan daya tarik bagi negara lain antara lain seperti kerjasama dalam masalah lingkungan seperti pemanasan global, penanggulangan penyakit menular, serta kebijakan-kebijakan yang mendukung penegakan hak asasi manusia dan terciptanya perdamaian dunia.

2.3 Soft Power Jepang

Sebagai negara yang memiliki citra sebagai raksasa ekonomi dunia, Jepang tidak menghilangkan sumber-sumber *soft power* yang dimilikinya. Jepang juga memiliki ketiga sumber *soft power* yang dapat dikembangkannya, yaitu budaya, nilai politik dan kebijakan luar negeri. Dari segi daya tarik budaya, Jepang memiliki budaya populer yang dapat dimanfaatkan sebagai *soft power*. Budaya populer Jepang mulai dari musik pop Jepang (*J-Music*) hingga fashion seperti *Harajuku Style*, dari makanan hingga karya seni seperti *manga* dan *anime* telah memberikan pengaruh budaya yang lebih besar secara global dari pada yang

dimiliki Jepang pada tahun 1980an. Sebagai contoh, *anime* yang telah banyak ditayangkan di negara lain, seperti *anime* Pokemon yang ditayangkan di 65 negara di dunia. Desain *manga* dan *anime* pun telah banyak dipelajari dan cukup banyak mempengaruhi seniman komik maupun pembuat animasi di seluruh dunia. Daya tarik budaya Jepang tidak terbatas hanya pada budaya populernya saja, namun budaya tradisional Jepang juga mendapatkan perhatian dari dunia internasional. Sebagai contoh, seni merangkai bunga (*Ikebana*), upacara minum teh (*Chanoyu*), ataupun berbagai jenis seni bela diri Jepang telah mencuri perhatian dan cukup banyak dipelajari di seluruh dunia.

Tidak hanya daya tarik budaya, Jepang juga mengembangkan nilai-nilai politis dan kebijakan internasionalnya sebagai bentuk *soft power*. Jika pada sekitar tahun 1970-an politik luar negeri Jepang bersifat ragu-ragu dan menarik diri, namun saat ini Jepang lebih aktif dalam sistem internasional ataupun dalam pertemuan-pertemuan dengan negara-negara lain.³² Jepang menyadari pentingnya mengembangkan *soft power* untuk mengimbangi kekuatan ekonominya yang merupakan *hard power*. Jepang juga tahu persis bahwa militer bukanlah hal yang harus dikembangkannya untuk lebih memperkuat posisi mereka di dunia internasional. Sejarah masa lalu Jepang yang pernah menjadi negara berhaluan militer, membuat Jepang tidak memilih pengembangan militer sebagai sarana untuk memperlancar hubungannya dengan negara lain pada saat ini. Pada sebuah kesempatan, mantan Menteri Ekonomi dan Kebijakan Fiskal Jepang, Heizo Takenaka, mengatakan bahwa *soft power* merupakan kekuatan yang sangat kuat dan akan menjadi lebih kuat apabila memiliki kepemimpinan politik yang benar.

*“Soft power is a very strong force. If we have the right political leadership, it can be even more powerful.”*³³

Jepang juga memiliki nilai-nilai politis seperti demokrasi yang mereka lakukan dengan caranya sendiri. Menurut Presiden The Japan Foundation, Kazuo Ougura, sejarah Jepang pada zaman modern adalah untuk mencapai ekonomi yang maju dan kematangan demokrasi tanpa meninggalkan identitas budaya dan

³² Joseph S. Nye Jr. *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power* (New York: Basic Book Inc., 1990), 167

³³ Beech, Hannah. “Japan Reaches Out”. (*Time Magazine Online*. 20 November 2008),1

tradisi.³⁴ Walaupun negara Jepang masih berbentuk kerajaan, namun tidak menghalangi Jepang untuk mengembangkan nilai demokratis dalam sistem politiknya. Selain nilai politis, Jepang juga memiliki kebijakan luar negeri sebagai sumber *soft power*. Kebijakan luar negeri Jepang tersebut seperti diplomasi publik, program kerjasama dan pertukaran antar negara serta the Japan Foundation.

Sesuai dengan yang diutarakan oleh Nye bahwa salah satu sumber *soft power* adalah daya tarik budaya suatu negara, maka Jepang memiliki sumber *soft power* yang sangat potensial yaitu daya tarik budaya populernya. Dari beragam bentuk budaya populer Jepang, *manga* dan *anime* dapat dikatakan paling banyak dikenal di seluruh dunia. Melalui *manga* dan *anime*, Jepang dapat menyampaikan pesan-pesan yang dimilikinya seperti kebebasan mengekspresikan ide dan kreatifitas masyarakat Jepang, budaya dan kebiasaan hidup masyarakat Jepang, persahabatan antar negara dan perdamaian dunia, dan juga mengenai pentingnya perlindungan lingkungan hidup. *Manga* dan *anime* yang dimanfaatkan sebagai *soft power* tersebut dapat membantu Jepang dalam mencapai tujuannya tanpa harus menggunakan paksaan terhadap negara lain.

³⁴ *Ibid.*, 3

BAB 3

BUDAYA POPULER SEBAGAI *SOFT POWER* JEPANG DITINJAU DARI MANGA DAN ANIME DORAEMON

3.1 *Manga dan Anime Doraemon Sebagai Soft Power Jepang*

Salah satu sumber *soft power* menurut Nye adalah daya tarik budaya yang dimiliki suatu negara, seperti budaya populer. Jepang yang memiliki potensi budaya populer *manga* dan *anime* dapat memanfaatkannya sebagai *soft power*, seperti pada *manga* dan *anime* Doraemon. Kisah Doraemon bercerita mengenai Doraemon yang merupakan robot kucing berwarna biru yang memiliki misi untuk mendampingi Nobita, seorang anak laki-laki berumur 10 tahun yang duduk di kelas 4 SD. Doraemon dikirim kembali ke masa kini oleh cicit Nobita, Sewashi, untuk membantu Nobita dalam segala hal agar di kemudian hari Nobita dan keturunannya dapat merasakan kehidupan yang lebih baik. Nobita selalu gagal dalam pelajaran sekolah, tidak bisa berolahraga dan sering diganggu oleh teman-temannya. Dengan adanya Doraemon, Nobita terbantu dalam banyak hal, termasuk dalam menyelesaikan masalah-masalahnya. Sejak awal kedatangannya, Doraemon tinggal bersama Nobita dan keluarganya (ayah dan ibu). Selain keluarga, Nobita juga memiliki tiga orang teman dekat yaitu Shizuka, Jaian dan Suneo.

Dalam *manga* dan *anime* Doraemon mengandung nilai-nilai dari masyarakat Jepang dan karakteristik orang Jepang. Melalui kisah Doraemon ini duo Fujiko Fujio memperlihatkan kehidupan sehari-hari orang Jepang pada umumnya. Lewat *manga* dan *anime* Doraemon, masyarakat di luar Jepang dapat mengetahui mengenai budaya Jepang dan keseharian orang Jepang. Pesan moral yang ada dalam *manga* dan *anime* Doraemon juga membuatnya dapat diterima dengan baik, bukan hanya oleh anak-anak, namun juga remaja dan orang dewasa. Hal ini pula yang membuat Doraemon dapat diterima di banyak negara di dunia seperti China, Taiwan, Korea Selatan, Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand,

Vietnam, Kamboja, Rusia, Italia, Brazil, Spanyol serta negara-negara Amerika Latin dan Timur Tengah.³⁵

Manga dan *anime* Doraemon juga dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan Jepang kepada negara lain seperti kebebasan berekspresi, persahabatan yang ingin dijalin oleh Jepang dengan bangsa lain, sampai kepada pentingnya menjaga lingkungan hidup.

3.1.1 Kebebasan Berkespresi

Kebebasan berekspresi yang merupakan salah satu pesan yang dapat disampaikan Jepang kepada negara lain melalui *manga* dan *anime* yang dimanfaatkan sebagai *soft power*-nya. *Manga* dan *anime* merupakan contoh dari kebebasan berkespresi orang Jepang yang dituangkan dalam media cetak dan elektronik. Kebebasan berekspresi ini dapat dilihat dengan banyaknya tema *manga* dan *anime* dengan berbagai macam karakter tokoh yang ada di dalamnya dan disertai dengan berbagai teknik penggambaran yang menarik. Didukung dengan imajinasi, kreatifitas dan kualitas yang tinggi, pengarang dapat mengeksplorasi berbagai hal untuk diangkat ke dalam *manga* ataupun *anime*. Salah satu contohnya yaitu *manga* dan *anime* Doraemon. Tokoh Doraemon adalah robot kucing yang memiliki berbagai peralatan canggih. Walaupun ia adalah robot, namun Doraemon memiliki karakter layaknya manusia dengan sifat baik namun juga terkadang bersikap emosional. Doraemon tinggal bersama Nobita yang dalam kesehariannya melakukan aktivitas yang sama dengan masyarakat Jepang pada umumnya. Kebebasan mengekspresikan cara hidup, kebudayaan, hingga perkembangan teknologi yang dimiliki Jepang, dapat dirasakan dalam *manga* dan *anime* Doraemon.

Salah satu contoh kebebasan berekspresi dari pengarang adalah imajinasi terhadap tokoh Doraemon dan alat-alat yang dimiliki oleh Doraemon. Doraemon yang merupakan robot dengan teknologi tinggi memiliki banyak peralatan

³⁵ Saya S. Shiraishi, "Doraemon Goes Abroad." *Japan Pop! Inside The World of Japanese Popular Culture*. (New York: M. E. Sharpe, Inc, 2000), 288

canggih yang beberapa diantaranya menggabungkan unsur teknologi dan kebudayaan Jepang. Hal ini membuat pengarang dapat memperkenalkan kebudayaan Jepang dengan cara yang menarik. Kecanggihannya alat Doraemon yang berasal dari teknologi tinggi dapat terlihat dari semua peralatan yang mudah digunakan oleh manusia (*user friendly*), mudah dibawa (*portable*), tidak memiliki berat yang besar, tidak mudah rusak dan pemakaiannya dapat disesuaikan dengan tempat dan waktu.³⁶ Contoh penggabungan unsur kebudayaan Jepang dalam beberapa alat canggih Doraemon adalah sebagai berikut:

Dari berbagai macam alat Doraemon, terdapat sebuah alat yang bernama *time furoshiki* (タイム風呂敷) yaitu sebuah alat yang digunakan untuk memperbaiki peralatan yang rusak dengan menutupi peralatan tersebut dengan selembar kain. *Furoshiki* sendiri adalah kain yang berbentuk segi empat dengan berbagai corak yang digunakan oleh orang Jepang untuk membungkus barang-barang ataupun hadiah. Beberapa tahun belakangan ini, *furoshiki* sering diperkenalkan tidak hanya sebagai kebudayaan Jepang, tetapi juga sebagai alat yang dapat digunakan untuk mengurangi sampah, karena pemakaian *furoshiki* dapat dilakukan berulang kali.

Data 1: Ekspresi budaya dalam teknologi pada alat *Time Furoshiki*



Gambar 3.1 *Time Furoshiki* (タイム風呂敷)

Sumber: *Manga Doraemon Volume 2*

³⁶ *Ibid.*, 296

Keterangan gambar:

Panel 5

Nobita: “ああつ、買ったての新品みたい！！”

Terjemahan:

Nobita: ” Haah, seperti barang yang baru dibeli!!”

Panel 6

Doraemon: “これ、タイムふろしき。”

Terjemahan:

Doraemon: “Ini, *time furoshiki*.”

Panel 7

Doraemon: “これでつつむと、むかしにかえるんだ。”

Terjemahan:

Doraemon: “(apabila) membungkus (sesuatu) dengan ini, akan kembali seperti semula.”

Pada panel 6, Doraemon membuka kain (*time furoshiki*) yang ia gunakan untuk membungkus televisi yang rusak dan seketika televisi tersebut kembali seperti semula saat dibeli. Di dalam *manga*, alat *time furoshiki* ini cukup sering digunakan oleh Nobita dan Doraemon untuk memperbaiki barang-barang yang rusak.

Selain *time furoshiki*, alat Doraemon lainnya yang menggabungkan unsur budaya dan teknologi adalah *yume fuurin* (夢風鈴) yaitu alat berbentuk lonceng kecil yang dapat digunakan untuk memanggil orang yang sedang tidur. *Fuurin* (風鈴) adalah lonceng kecil yang biasanya berbentuk bulat ataupun berbentuk binatang yang terbuat dari bahan kaca dan memiliki bunyi yang lembut apabila tertiuap angin. *Fuurin* sering dipasang di rumah orang Jepang saat musim panas.

Data 2: Ekspresi budaya dalam teknologi pada alat *Yume Fuurin*

Gambar 3.2 *Yume Fuurin* (夢風鈴)
Sumber: *Manga Doraemon Volume 2*

Keterangan gambar:

Panel 5

Doraemon: 「ゆめふうりん」

Terjemahan:

Doraemon: [*Yume Fuurin*]

Panel 6

Doraemon: “十歳ぐらいの子だけにきかせよう。”

Terjemahan:

Doraemon: ” Hanya akan terdengar pada anak berumur 10 tahun saja.”

Pada panel 5, terlihat Doraemon memegang alat *yume fuurin* dan memperkenalkannya kepada Nobita.

Dari kedua contoh alat Doraemon yang menggabungkan unsur teknologi dan budaya di atas dapat dilihat bahwa pengarang bebas mengekspresikan budaya Jepang dengan keoptimisan teknologi yang juga menjadi perhatian masyarakat Jepang. Dengan menggunakan imajinasi sebagai bagian dari kebebasannya berkespresi, pengarang mampu menampilkan kemajuan teknologi yang menjadi sangat baik bila dapat digabungkan dengan unsur kebudayaan bangsa. Hal ini dapat menjadi pesan dalam *soft power* Jepang yaitu kebebasan berkespresi pengarang dalam *manga* dan *anime* juga mampu menyampaikan pandangan orang Jepang terhadap teknologi. Jepang sebagai salah satu negara yang terdepan dalam bidang teknologi memiliki pandangan bahwa teknologi yang canggih haruslah diikuti dengan standar produksi yang tinggi sehingga dapat dimanfaatkan dengan baik dalam kehidupan manusia. Apabila digunakan dengan baik, maka teknologi yang diciptakan dapat membawa kebaikan bagi manusia, dan sebaliknya apabila dimanfaatkan untuk hal yang tidak seharusnya, maka teknologi dapat berakibat buruk pada manusia dan juga alam sekitar. Dengan unsur kebudayaan yang ada, teknologi menjadi lebih mudah diterima karena kebudayaan merupakan hal yang sangat dekat dengan kehidupan manusia sehari-hari. Pesan *soft power* yang sangat baik ini dapat membantu masyarakat di luar Jepang untuk memahami lebih jauh mengenai negara Jepang, masyarakat dan kebudayaannya serta teknologi yang ingin dikembangkan oleh Jepang.

Contoh kebebasan berekspresi lainnya dalam *manga* dan *anime* Doraemon adalah pengarang yang mampu menampilkan keseharian masyarakat Jepang beserta dengan kebudayaannya melalui kehidupan tokoh utama yaitu Nobita. Dari keseharian keluarga Nobita dapat diketahui berbagai macam budaya Jepang, salah satunya budaya mengucapkan salam. Banyak ucapan salam yang terdapat dalam *manga* dan *anime* Doraemon, salah satu ucapan salam yang sering muncul adalah saat Nobita pulang dari sekolah, ketika memasuki rumah ia berkata “*tadaima*” (ただいま) yang dalam *manga* dan *anime* Doraemon di Indonesia diterjemahkan menjadi “aku pulang”. Kemudian ibunya ataupun Doraemon yang mengetahui Nobita telah pulang membalas salam tersebut dengan mengucapkan “*okaeri*” (お帰り) yang diterjemahkan menjadi “selamat datang (di rumah)”. Dalam

kehidupan sehari-hari orang Jepang memang terdapat budaya mengucapkan salam seperti yang dilakukan oleh Nobita. Kata “*tadaima*” yang secara harfiah berarti “saat ini” diucapkan ketika seseorang pulang ke rumahnya dan memiliki makna bahwa ia telah pulang. Sedangkan bagi orang yang berada di rumah, akan membalas salam tersebut dengan mengucapkan “*okaeri*” yang secara harfiah berarti “pulang”, untuk menyambut orang yang pulang tersebut. *Okaeri* memiliki makna “selamat pulang kembali”.

Data 3: Ekspresi Budaya Memberi Salam



Gambar 3.3 Salam

Sumber: *Manga Doraemon* volume 3

Keterangan gambar:

Panel 1

Ibu: “お買い物に行ってきます。”

Nobita & Doraemon: “行ってらっしゃいませ。”

Terjemahan:

Ibu: “Ibu pergi berbelanja dulu ya.”

Nobita & Doraemon: “Selamat jalan Ibu (hati-hati).”

Panel 3

Ayah: “ただいま。”

Terjemahan:

Ayah: “Aku pulang.”

Panel 8

Nobita & Doraemon: “お帰りなさい。”

Terjemahan:

Nobita & Doraemon: “Selamat datang (pulang).”

Pada gambar dapat dilihat bahwa saat Ibu akan pergi ia mengucapkan “*ittekimasu*” (いってきます) yang bermakna “saya pergi”. Ucapan ini biasa diucapkan oleh orang Jepang saat akan pergi dari rumah untuk beraktifitas. Untuk membalas ucapan Ibu dengan mengatakan “*itterasshaimase*” (いってらっしゃいませ) yang bermakna “selamat jalan”. Ucapan ini biasa diucapkan orang yang berada di rumah saat seseorang akan pergi dari rumahnya. Pada panel 3 Ayah mengucapkan “*tadaima*” (ただいま) saat sampai di rumah dan pada panel 8 Nobita dan Doraemon mengucapkan “*okaerinasai*” (おかえりなさい) saat Ibu pulang.

Dari contoh diatas, pengarang mampu menampilkan budaya yang sangat umum digunakan dalam keseharian masyarakat Jepang, yaitu mengucapkan salam. Kemampuan pengarang dalam menampilkan keseharian masyarakat Jepang ini dapat memperkenalkan kepada pembaca bahwa memberi salam adalah suatu hal yang penting dan telah menjadi kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Jepang.

Pengarang juga menampilkan ciri khas Jepang lainnya melalui tempat tinggal Nobita. Nobita tinggal di rumah dengan gaya Jepang dengan lantai kayu dan terdiri dari dua lantai, dimana kamar Nobita berada di lantai dua. Pada bagian depan rumah setelah pintu masuk terdapat *genkan* (玄関)³⁷ tempat dimana Nobita

³⁷ *Genkan* (玄関) bagian yang lebih rendah dari lantai yang terdapat antara pintu dengan ruangan. *Genkan* berfungsi sebagai tempat melepaskan sepatu sebelum masuk ke ruangan di dalam rumah. *Genkan* merupakan ciri khas pada rumah tradisional Jepang.

membuka dan meletakkan sepatunya. Beberapa ruangan seperti ruang keluarga dan kamar tidur di rumah Nobita menggunakan *tatami* (畳), yaitu tikar anyaman jerami khas Jepang. Cara tidur Nobita juga menunjukkan cara tidur orang Jepang yaitu dengan menggunakan *futon* (蒲団).

Data 4:Ekspresi Budaya



Gambar 3.4 *Futon* (蒲団)

Sumber: *Manga Doraemon Volume 2*

Keterangan gambar:

Panel 3

Doraemon: “まず、ふとんをだす。”

Terjemahan:

Doraemon: “Pertama, keluarkan *futon*.”

Panel 4

Doraemon: “しいたらねる。”

Terjemahan:

Doraemon: ”Gelar (*futon*-nya), lalu tidurlah.”

Pada gambar di panel 3, terlihat Nobita mengeluarkan *futon* dari *oshi ire* (押入れ)³⁸ ketika disuruh oleh Doraemon, kemudian pada gambar di panel 4, Nobita menggunakan *futon* sebagai alas tidur. *Futon* adalah kasur tidur khas Jepang yang terdiri dari dua bagian yaitu bagian alas dan selimut.

Berbagai macam kebudayaan Jepang yang disampaikan dalam *manga* dan *anime* Doraemon berhasil digambarkan oleh pengarang dengan baik. Kebebasan mengekspresikan kebudayaan dalam kisah Doraemon yang ditunjang dengan kreativitas yang dimiliki pengarang, menampilkan keseharian orang Jepang yang bisa diamati dengan mudah oleh pembaca ataupun penonton di luar Jepang. Hal ini dapat membantu memberikan pemahaman yang baik mengenai kebudayaan Jepang kepada masyarakat di luar Jepang.

Selain kebebasan mengekspresikan budaya, dalam *manga* dan *anime* Doraemon juga dapat dilihat ekspresi masa kanak-kanak pada masyarakat Jepang. *Manga* dan *anime* Doraemon mengungkapkan pentingnya masa kanak-kanak dan setiap anak memiliki kekuatan untuk berkembang (*kid's empowerment*)³⁹. Hal ini terlihat dari penggambaran tokoh Nobita dan teman-temannya. Nobita dan teman-temannya adalah anak berusia 10 tahun biasa yang melakukan aktivitas anak-anak pada umumnya. Mereka memiliki waktu bersekolah, bermain, dan waktu membantu orang tua.

Data 5: Ekspresi Keceriaan



Gambar 3.5 Doraemon, Nobita, Jaian, Suneo dan Shizuka

Sumber: http://strategywiki.org/wiki/File:Doraemon_and_friends.gif (20 Mei 2010)

³⁸ *Oshi ire* (押入れ) adalah sebuah lemari yang menempel pada dinding (lemari dinding) dengan pintu geser di dalam kamar pada rumah orang Jepang. Biasa digunakan untuk menyimpan *futon* (kasur tidur tradisional Jepang) dan benda-benda lainnya.

³⁹ *Ibid.*, 289

Seperti ditunjukkan dalam gambar di atas, di dalam *manga* dan *anime* Doraemon, Nobita dan teman-temannya digambarkan sebagai anak yang sehat dan ceria. Walaupun banyak masalah-masalah yang timbul yang biasanya bersumber dari kejahilan mereka sendiri, namun Nobita dan teman-temannya tetap ceria. Potret anak yang sehat, bebas dan ceria adalah nilai masa kanak-kanak yang penting yang terdapat dalam *manga* dan *anime* Doraemon.⁴⁰ Selain itu Doraemon juga memberikan pelajaran baik melalui nasehat-nasehat yang ia berikan kepada Nobita, salah satunya adalah bahwa seorang anak yang hanya menginginkan segala sesuatu disediakan untuknya, tidak akan pernah mempelajari apapun dengan baik.

Melalui tokoh Nobita juga dapat dilihat ekspresi kebebasan seorang anak yang selalu ingin tahu dan senang melakukan percobaan dalam hal-hal baru yang dihadapinya. Setiap Doraemon memberikan alat baru kepada Nobita, selain menggunakannya dengan cara yang diinstruksikan oleh Doraemon, Nobita dengan imajinasinya juga akan mencoba beberapa cara lain dalam menggunakan alat tersebut. Biasanya tindakan Nobita ini akan berakhir dengan kekacauan yang membuatnya menyadari kesalahannya. Keingin tahuan dan percobaan yang dilakukan oleh seorang anak terhadap hal-hal baru yang ditemuinya, akan memberikan pengalaman dalam kehidupannya yang akan membuatnya belajar dan meningkatkan kemampuannya. Inilah dimaksudkan dengan kekuatan yang dimiliki oleh seorang anak untuk berkembang yang disampaikan melalui kebebasan berekspresi pengarang. Hal ini dapat menjadi pesan Jepang terhadap negara lain mengenai pandangan terhadap kebebasan berekspresi masa kanak-kanak.

Melalui *manga* dan *anime* Doraemon, dapat disampaikan bahwa masyarakat Jepang bebas dalam mengekspresikan kreativitas mereka yang tidak hanya terbatas pada pembuatan cerita dan gambar, namun juga memasukan unsur budaya hingga teknologi ke dalamnya. Pembaca *manga* dan penonton *anime* Doraemon di luar Jepang juga dapat mengetahui kehidupan sehari-hari orang

⁴⁰ *Ibid.*, 290

Jepang melalui penggambaran yang kreatif. Selain itu, berbagai budaya Jepang yang terdapat dalam *manga* dan *anime* Doraemon juga diperkenalkan dengan cara berbeda, seperti dengan menggabungkan kebudayaan dengan teknologi melalui imajinasi pengarang. Kebebasan mengekspresikan kebudayaan dan nilai-nilai dalam masyarakat Jepang yang terdapat dalam *manga* dan *anime* Doraemon dapat menjadi pesan yang disampaikan Jepang kepada dunia melalui pendekatan *soft power*. Melalui *manga* dan *anime* yang diterima dengan baik dan tanpa adanya paksaan, masyarakat di luar Jepang dapat memahami Jepang dengan lebih baik. Hal ini dapat membantu Jepang dalam menjalin hubungan kerja sama dengan negara lain.

3.1.2 Menjalिन Persahabatan

Pentingnya menjalin persahabatan dan berhubungan baik dengan sesama sangat jelas terlihat dalam kisah Doraemon. Nobita yang bersahabat dengan Doraemon sangat menyangi robot kucing tersebut. Selain karena membutuhkan alat-alat Doraemon, Nobita menyayangi Doraemon karena Doraemon adalah sahabat terdekatnya. Nobita sangat percaya kepada Doraemon dan menjadikan Doraemon sebagai tempat ia mengadukan masalah yang dialaminya. Sebagai sahabat yang baik, Doraemon akan membantu Nobita menyelesaikan masalahnya. Walaupun Nobita sering membuat ulah, namun Doraemon tetap membantu Nobita sambil menasehatinya. Tidak jarang pula keduanya saling membantu dalam menyelesaikan masalah yang mereka hadapi. Persahabatan Nobita dan Doraemon tidak hanya berdasarkan kepada kebutuhan semata, tetapi juga karena kasih sayang dan kepercayaan yang terbangun antara kedua tokoh tersebut.

Selain dengan Doraemon, Nobita juga bersahabat dengan tiga orang teman sekelasnya, Shizuka, Jaian dan Suneo. Walaupun sering bertengkar dengan Giant dan Suneo, namun Nobita tetap bersahabat dengan mereka. Giant dan Suneo pun juga tetap bersahabat dengan Nobita walaupun mereka berdua sering menjahilinya. Walaupun terkadang terdapat pertengkaran di antara Nobita, Jian dan Suneo, tidak jarang mereka saling membantu dalam menyelesaikan masalah. Sedangkan Shizuka yang merupakan anak paling pintar diantara yang lain, juga selalu ikut

bersama-sama dalam menyelesaikan masalah-masalah yang sering timbul karena kejahilan Nobita, Jaian maupun Suneo.

Data 6: Persahabatan Nobita dan Teman-Temannya



Gambar 3.6 Petualangan Nobita

Sumber: http://strategywiki.org/wiki/File:Nobita_dinosaur.gif (20 Mei 2010)

Salah satu kisah mengenai persahabatan Nobita dan teman-temannya seperti yang terlihat pada gambar yang berasal dari salah satu film animasi Doraemon dengan judul *Nobita's Dinosaur 2006* (のび太の恐竜 2006) Nobita bersama teman-temannya membantu seekor anak Donosaurus untuk dapat bertahan hidup. Dalam petualangan tersebut persahabatan Nobita, Doraemon dan teman-temannya mendapatkan pelajaran berharga mengenai persahabatan.

Kisah Nobita dengan Doraemon dan teman-temannya merupakan sebuah penggambaran akan pentingnya menjalin persahabatan. Dalam menjalin persahabatan dibutuhkan rasa kepercayaan dan kesetiaan yang membuat persahabatan dapat berlangsung lama. Makna pentingnya persahabatan yang terdapat dalam *manga* dan *anime* Doraemon tersebut menjadi pesan bagi Jepang yang ingin disampaikan kepada masyarakat di luar Jepang. Jepang ingin menjalin persahabatan dan kerja sama dengan negara-negara lain. Agar jalinan persahabatan tersebut berjalan baik, diperlukan kepercayaan dari kedua belah pihak sehingga dapat saling membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Melalui *manga* dan *anime* Doraemon membantu Jepang menyampaikan pesan persahabatan dengan pendekatan *soft power* yang tidak memaksa, melainkan

memberikan preferensi kepada negara lain untuk dapat menjalin kerja sama yang baik dengan Jepang.

3.1.3 Mencintai Lingkungan Hidup

Dalam *manga* dan *anime* Doraemon terdapat nilai mencintai dan menjaga lingkungan yang merupakan nilai yang penting dalam kehidupan orang Jepang. Di dalam *anime* Doraemon dapat dilihat bahwa lingkungan tempat tinggal Nobita dan sekitarnya digambarkan sangat bersih dengan langit yang biru dan awan yang putih serta udara yang segar.⁴¹ Penggambaran ini memperlihatkan kondisi lingkungan yang bersih dan sehat merupakan hal yang penting di Jepang. Penggambaran kondisi lingkungan lainnya dapat dilihat dari tempat berkumpul Nobita dan teman-temannya di sebuah bukit yang berada di belakang sekolah. Bukit tersebut digambarkan sebagai bukit yang masih hijau dan terdapat pepohonan sehingga terkesan memiliki suasana yang nyaman.

Kegiatan Nobita sehari-hari selain sekolah adalah bermain *baseball* bersama teman-temannya di sebuah lapangan yang terletak di lingkungan tempat tinggalnya. Hal ini menggambarkan bahwa di Jepang keberadaan sebuah lahan hijau terbuka di sekitar pemukiman penduduk adalah hal yang penting karena dapat berfungsi sebagai penghijauan. Pada beberapa *manga* dan *anime* Doraemon juga terdapat cerita tentang Nobita dan teman-temannya yang melakukan petualangan bersama Doraemon ke hutan, gunung dan laut.

Data 7: Keindahan Alam Jepang Pada Musim Gugur

⁴¹ *Ibid.*, 291



Gambar 3.7 Nobita dan Doraemon
Sumber: Manga Doraemon volume 16

Keterangan gambar:

Panel 1

Nobita: “ヤア～、紅葉がきれいだなあ。”

Doraemon: “山が火につつまれたみたい。”

Terjemahan

Nobita: “Waaah...*Kouyou*-nya⁴² indah yaa.”

Doraemon: “Gunungnya terlihat seperti diselimuti api

Pada gambar di atas, Nobita bersama Doraemon bertamasya ke sebuah gunung saat daun-daun pepohonan di gunung tersebut sedang berubah warna. Nobita terlihat sangat mengagumi keindahan alam di gunung tersebut. Dari gambar ini juga terlihat bahwa pesan yang juga ingin disampaikan adalah mengenai keindahan alam yang ada di Jepang. Jepang yang memiliki empat musim memiliki keindahan alam bukan hanya pada musim semi disaat bunga

⁴² *Kouyou* (紅葉) adalah daun-daunan yang berubah warna dari hijau menjadi kuning, jingga atau merah pada musim gugur.

Sakura bermekaran, tetapi juga pada musim gugur saat daun-daunan berubah warna menjadi jingga atau merah, yang tidak kalah indahnnya jika dibandingkan dengan musim semi.

Contoh lainnya adalah ketika Nobita mengunjungi dasar laut. Pada gambar di bawah ini, juga ditunjukkan mengenai dasar laut dan juga landasan benua.

Data 8: Keindahan Dasar Laut



Gambar 3.8 Nobita di dasar laut
Sumber: *Manga Doraemon* volume 4

Keterangan gambar:

Panel 1

Nobita: “ひゃあつ、これはこれは。。浦島太郎じゃないけど、絵にもかけない美しさって、このこと。これなら、何万キロでも歩きつけられるぞ。このへんを「大陸だな」というんだな。”

Terjemahan:

Nobita: “Waah, ini, ini adalah... Bukan Urashima Tarou, tetapi ini adalah hal yang keindahannya tidak dapat dilukiskan di dalam lukisan. Kalau begini, puluh ribu kilopun dapat dilanjutkan dengan berjalan. Daerah sekitar ini yang mungkin disebut landas benua.”

Panel 2 adalah gambar mengenai keterangan dasar laut.

Selain kepedulian terhadap alam, terdapat juga penggambaran kepedulian terhadap hewan dalam *manga* dan *anime* Doraemon. Sering diceritakan Nobita yang merawat hewan terlantar secara diam-diam karena ibunya melarangnya memelihara hewan. Beberapa film animasi Doraemon atau *Doraiga* (ドラ映画) juga sering mengangkat tema lingkungan hidup dan hewan. Sebagai contohnya adalah *Nobita and the Animal Planet* (のび太とアニマル惑星), *Nobita's Monstrous Underwater Castle* (のび太の海底鬼岩城) dan *Nobita's Dinosaur 2006* (のび太の恐竜 2006).⁴³

Banyaknya penggambaran mengenai lingkungan hidup di dalam *manga* dan *anime* Doraemon menjelaskan bahwa kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari lingkungan sekitarnya sehingga manusia harus dapat menjaga dan menghargai alam. Jepang merupakan negara dengan empat musim yang selain memiliki keindahan juga menjadi tantangan bagi Jepang karena terdapat banyak masalah lingkungan yang harus dihadapi. Oleh sebab itulah masyarakat Jepang terbiasa untuk hidup berdampingan dengan alam dan menjaga kelestarian alam sekitarnya. Masyarakat Jepang juga mengagumi keindahan alam dan ingin memperkenalkan keindahan alamnya kepada masyarakat lain di luar Jepang. Penggambaran alam Jepang dalam *manga* dan *anime* Doraemon, dapat membantu Jepang dalam mempromosikan negara tersebut yang dapat menarik orang untuk datang ke Jepang. Melalui *manga* dan *anime* Doraemon, Jepang menjalankan *soft power*-nya untuk menyampaikan pesan mengenai lingkungan hidup dan dengan

⁴³ Doraemon, http://dora-world.com/information/books_f.html (20 Mei 2010, pukul 19.30)

adanya paksaan untuk mengajak orang lain datang ke Jepang agar dapat mengetahui lebih jauh mengenai Jepang.

Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Joseph S. Nye mengenai daya tarik budaya sebagai sumber *soft power* yang memungkinkan suatu negara untuk dapat menyampaikan lebih banyak nilai dan pesan yang dimilikinya untuk menjadi preferensi bagi negara lain, maka melalui *manga* dan *anime* Doraemon yang merupakan salah satu bentuk budaya populer Jepang, memberikan kesempatan kepada Jepang untuk menyampaikan pesan-pesan seperti kebebasan berekspresi, persahabatan dan lingkungan. Kebebasan mengekspresikan kreatifitas dalam menggabungkan unsur budaya dan teknologi seperti yang terdapat dalam *manga* dan *anime* Doraemon dapat membantu Jepang memperkenalkan budaya dan masyarakatnya kepada negara lain. Selain itu Jepang juga dapat menjelaskan mengenai keberadaan teknologi yang diciptakan haruslah dapat berdampingan dengan kehidupan manusia. Dalam kehidupan manusia tidak akan dapat dipisahkan dari lingkungannya. Seperti yang terdapat dalam *manga* dan *anime* Doraemon, yang bisa menyampaikan pesan Jepang mengenai keindahan alam negerinya dan juga pentingnya menjaga lingkungan hidup. Dalam *manga* dan *anime* Doraemon yang kental dengan nuansa persahabatan juga dapat menyampaikan pesan Jepang mengenai persahabatan yang ingin dijalin agar dapat menunjang kerja sama antara Jepang dengan negara-negara lainnya.

3.2 Doraemon Sebagai Duta Budaya Animasi Jepang

Sejak awal debutnya pada tahun 1969 hingga sekarang, Doraemon tidak hanya berhasil meraih banyak penggemar, tetapi juga berhasil meraih banyak penghargaan. Pada tahun 1973 Doraemon mendapatkan penghargaan dari *Japan Cartoonists Association Award*. Doraemon juga mendapatkan penghargaan dari *The First Shogakukan Manga Award* pada tahun 1982 dan *The First Osamu Tezuka Culture Award* pada tahun 1997. Pada tahun 2002, Doraemon dinobatkan menjadi Asian Hero pada survei khusus yang diadakan oleh majalah *Time Asia*. Majalah berita terkenal tersebut menyebut Doraemon sebagai *The Cuddliest Hero in Asia*.

Data 9: Doraemon dalam majalah *Time Asia*



Gambar 3.9 *The Cuddliest Hero in Asia*

Sumber: <http://www.time.com/time/asia/features/heroes/doraemon.html> (20 Mei 2010)

Sebagai bentuk keseriusan pemerintah Jepang dalam memanfaatkan budaya populer *manga* dan *anime* sebagai *soft power*, pada tahun 2008 Doraemon mendapatkan kehormatan dengan ditunjuk menjadi Duta Budaya Animasi Jepang pertama (*Anime Bunka Taishi* / アニメ文化大使) oleh Kementerian Luar Negeri Jepang. Doraemon langsung dilantik oleh Menteri Luar Negeri Jepang, Komura Masahiko pada tanggal 19 Maret 2008.

Data 10: Doraemon Sebagai Duta Budaya Animasi Jepang



Gambar 3.10 Pelantikan Doraemon

Sumber: <http://english.peopledaily.com.cn/90001/90777/90851/6377497.html> (29 April 2010)

Pada saat pelantikan, Doraemon menerima sertifikat pelantikan resmi dari pemerintah Jepang dan juga hadiah berupa *Dorayaki* yang merupakan makanan kesukaannya yang disajikan dalam sebuah piring yang sangat besar.

Data 11: *Dorayaki* untuk Doraemon



Gambar 3.11 *Dorayaki* untuk Doraemon

Sumber: <http://www.msnbc.msn.com/id/23716592/> (29 April 2010)

Sebagai Duta Budaya Animasi Jepang, Doraemon memiliki tugas diplomatik yaitu mempromosikan Jepang melalui *manga* dan *anime*-nya agar orang-orang di luar Jepang dapat mengetahui dan memahami lebih jauh mengenai Jepang, sehingga mereka juga dapat menyukai Jepang dan menjalin hubungan baik dengan Jepang. Menlu Komura memberikan pesan khusus kepada Doraemon:

“Doraemon, saya harap Anda akan mengelilingi dunia sebagai duta besar anime untuk memperdalam pemahaman orang terhadap Jepang sehingga mereka bisa menjadi sahabat kita.”⁴⁴

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh salah seorang pejabat Kementerian Luar Negeri Jepang, Yuko Hotta, yang mengharapkan dengan pengangkatan Doraemon sebagai Duta Budaya Animasi, orang-orang di berbagai negara dapat mengerti *anime* lebih baik lagi, dan memperdalam minat mereka terhadap kebudayaan Jepang. Melalui *manga* dan *anime*-nya, Doraemon tidak hanya

⁴⁴ <http://www.msnbc.msn.com/id/23716592/> (Diakses 29 April 2010 pukul 20.00)

memperkenalkan kepada orang-orang di luar Jepang mengenai negara Jepang saja, namun juga memperkenalkan budaya Jepang, menyampaikan apa yang dipikirkan oleh rakyat biasa di Jepang, kehidupan seperti apa yang mereka jalani dan masa depan seperti yang ingin diciptakan oleh masyarakat Jepang. Selain itu pesan-pesan Jepang mengenai kebebasan berekspresi, persahabatan dan lingkungan hidup juga dapat tersampaikan melalui *manga* dan *anime* Doraemon.

Setelah penunjukan Doraemon sebagai Duta Budaya Animasi Jepang, pemerintah Jepang juga telah menyiapkan kunjungan Doraemon dan mengadakan penayangan film Doraemon di beberapa negara seperti China, Spanyol, Perancis, Indonesia dan di beberapa negara lainnya. Di Indonesia, kunjungan Doraemon sebagai Duta Budaya Animasi Jepang bertepatan dengan peringatan hubungan diplomatik Indonesia-Jepang yang terjalin selama 50 tahun pada tahun 2008. Doraemon mengunjungi Indonesia pertama kali pada tanggal 17 Juni 2008 di Kedutaan Besar Jepang di Jakarta. Doraemon langsung disambut oleh Duta Besar Jepang untuk Indonesia, Shiojiri Kojiro yang didampingi Atase Kebudayaan Kedutaan Besar Jepang, Kaji Yukari. Sesuai dengan misi diplomatik yang diembannya, Doraemon menyampaikan bahwa ia ingin memperkenalkan Jepang kepada masyarakat di Indonesia melalui *manga* dan *anime*-nya. Ia juga berharap agar masyarakat Indonesia dapat menyukai Jepang dan bersabat dengan Jepang.

Data 12: Kunjungan Doraemon Ke Indonesia



Gambar 3.12 Doraemon dan Duta Besar Jepang
Sumber: http://www.id.emb-japan.go.jp/news08_23.html

Selain kunjungan di Kedutaan Besar Jepang, pihak Kedubes Jepang beserta Perhimpunan Persahabatan Indonesia Jepang menyelenggarakan acara *Doraemon Dreamland* yaitu acara yang mempersembahkan 17 jenis permainan serta area penjualan makanan, seperti makanan kesukaan Doraemon, Dorayaki. Acara ini berlangsung pada 20-29 juni 2008 di Kartika Expo, Balai Kartini Jakarta.⁴⁵ Doraemon juga menghadiri acara puncak peringatan hubungan diplomasi Indonesia-Jepang yang ke 50 tahun yaitu pada acara *Nihon no Matsuri* (日本の祭) *The Traditional Festival of Japan* yang diadakan pada tanggal 9 November 2008 di J-I Expo Kemayoran, Jakarta. Pada acara tersebut, Doraemon memperkenalkan dirinya sebagai Duta Budaya Animasi Jepang pertama dengan misi diplomasi khusus. Ia juga menyampaikan harapan-harapannya tentang hubungan Indonesia dan Jepang. Kedatangan Doraemon tersebut mendapatkan tanggapan yang meriah dari pengunjung yang hadir, mulai dari anak-anak, remaja dan dewasa. Doraemon yang telah lama dikenal di Indonesia memang memberikan pengetahuan mengenai negara Jepang, kebudayaan dan kehidupan masyarakatnya melalui *manga* yang diterbitkan dan *anime* yang telah ditayangkan di Indonesia selama 20 tahun.

3.3 Tujuan Jepang Memanfaatkan Budaya Populer *Manga* dan *Anime* Sebagai *Soft Power* Ditinjau Dari *Manga* dan *Anime* Doraemon

Penunjukan Doraemon sebagai Duta Budaya Animasi Jepang telah menunjukkan bahwa saat ini Jepang telah memanfaatkan budaya populernya sebagai alat diplomasi dengan pendekatan *soft power*. Pemanfaatan budaya populer sebagai bentuk *soft power* bagi Jepang memiliki tujuan tertentu seperti berikut:

a. Membangun Citra Positif

Jepang berusaha untuk membangun citra positifnya dalam pergaulan internasional dengan menggunakan *soft power* yang dimilikinya. Bagi Jepang yang memiliki sejarah masa lalu sebagai negara dengan haluan militer, sangat

⁴⁵ <http://www.jawaban.com/news.mht>. (Diakses 29 April 2010 pukul 20.00)

penting untuk memperlihatkan kepada dunia bahwa Jepang telah memiliki pandangan yang berubah. Sejak tahun 1950 hingga awal 1960-an, Jepang memfokuskan dirinya agar dikenal sebagai negara yang tidak lagi berhaluan militerisme seperti sebelumnya, melainkan sebagai negara yang mengedepankan perdamaian. Sejak pertengahan tahun 1960 hingga 1970-an, Jepang mendapatkan perhatian yang lebih dengan citra sebagai negara dengan kemajuan ekonomi yang pesat yang kemudian membuat Jepang memiliki sistem ekonomi yang kuat. Kekuatan ekonomi Jepang tersebut juga mempengaruhi ekonomi internasional.

Seiring berjalannya waktu, Jepang menyadari bahwa citranya sebagai negara dengan ekonomi kuat harus diimbangi dengan citra sebagai negara yang memiliki kekuatan budaya dan intelektualitas⁴⁶. Kekuatan ekonomi Jepang yang merupakan salah satu yang terkuat di dunia, merupakan citra yang terkadang sering dirasa negatif, karena kekuatan ekonomi termasuk dalam paparan *hard power* yang bersifat memaksa. Oleh sebab itulah, bagi Jepang, perubahan citra negara dengan haluan militer pada masa lalu, menjadi negara dengan kekuatan ekonomi yang besar, merupakan citra yang harus diimbangi dengan citra positif yang dapat diraih dengan mengembangkan *soft power*-nya.

Soft power yang dikembangkan Jepang melalui daya tarik budaya populernya yang telah banyak dikenal di dunia internasional, membantu meningkatkan citra positif negaranya. Melalui budaya populer seperti *manga* dan *anime*, Jepang dapat menyampaikan kepada dunia mengenai negara, masyarakat, kebudayaan serta nilai-nilai yang dimilikinya, seperti yang terdapat dalam *manga* dan *anime* Doraemon. Citra positif yang diraih melalui *soft power* ini dibutuhkan oleh Jepang untuk dapat lebih diterima oleh masyarakat internasional, sehingga dapat memperlancar hubungan kerja sama dengan negara-negara lain yang akan sangat menguntungkan bagi Jepang.

b. Memberikan Pemahaman yang Lebih Baik Tentang Jepang

Soft power yang dikembangkan oleh Jepang, dapat membantu untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat internasional

⁴⁶ Kazuo Ogura, *Japan's Cultural Diplomacy* (Tokyo: The Japan Foundation, 2009), 47

mengenai negara Jepang. Untuk membangun kerjasama dan hubungan yang baik antar negara, diperlukan adanya pemahaman dan komunikasi yang baik di antara negara-negara tersebut. Jepang menyadari pentingnya untuk membangun pemahaman yang baik mengenai negaranya agar dapat memudahkan Jepang menjalin hubungan dengan dunia internasional. Jepang menyadari bahwa melalui *soft power*, pemahaman mengenai Jepang dari masyarakat internasional akan dapat diraih karena tidak menggunakan bentuk paksaan apapun.

Budaya populer *manga* dan *anime* yang digunakan sebagai *soft power*, dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai Jepang, karena *manga* dan *anime* seperti jendela bagi Jepang yang membuat orang-orang di luar Jepang tertarik untuk mengetahui dan mempelajari tentang Jepang lebih jauh.⁴⁷ Menurut data The Japan Foundation, pada tahun 2006 sebanyak 2,98 juta orang yang mempelajari Jepang (bahasa, budaya dan wilayah), naik sebanyak 26,5 persen dari tahun 2003.⁴⁸ Dalam penerimaan *manga* dan *anime* tidak terdapat paksaan, sehingga pengetahuan mengenai Jepang yang terdapat di dalamnya dapat diterima dengan baik. Pengetahuan yang lebih baik mengenai Jepang dapat membantu menghindari kesalah pahaman mengenai negara tersebut yang dapat menjadi batu sandungan dalam menjalin hubungan kerja sama.

c. Mengembangkan Alat Diplomasi Jepang

Setiap negara memiliki kepentingan nasional tersendiri yang disampaikan kepada dunia internasional melalui politik luar negerinya. Dalam menjalankan politik luar negeri, suatu negara membutuhkan jalan diplomasi. Jepang sebagai negara yang juga memiliki kepentingan nasional juga harus melaksanakan diplomasinya dengan baik. Terdapat banyak cara dan alat yang digunakan dalam diplomasi, termasuk dengan pendekatan *soft power*. Dengan menggunakan budaya populer sebagai bentuk *soft power* negara, maka Jepang telah menambah alat diplomasinya. *Soft power* yang menurut Nye tidak menggunakan paksaan

⁴⁷ Mark W. MacWilliams, *Japanese Visual Culture* (New York: M.E. Sharpe, 2008), 65

⁴⁸ Chris Burgess, *Soft power is Key to Japan Reshaping Its Identity Abroad*.

<http://search.japantimes.co.jp/cgi-bin/fl20080902zg.html>.

(Diakses 20 Mei 2010 pukul 20.00)

secara militer maupun pembayaran atau ekonomi, dapat memberikan nuansa yang baik dalam diplomasi suatu negara.

Seperti pada penunjukan Doraemon sebagai duta budaya animasi Jepang menunjukkan bahwa Jepang dapat memanfaatkan budaya populernya untuk menambah alat diplomasi negara tersebut. Hal ini memperlancar Jepang dalam menjalin hubungan dengan negara-negara lain yang membantu Jepang dalam pelaksanaan politik internasionalnya sehingga dapat mengamankan kepentingan nasional negaranya.

Daya tarik budaya populer yang terdapat dalam *manga* dan *anime* Doraemon telah berhasil menarik perhatian masyarakat dunia internasional. *Manga* dan *anime* Doraemon dapat diterima dengan baik tanpa adanya paksaan yang disebabkan karena selain ceritanya yang menarik, kisah Doraemon juga memiliki nilai moral yang mudah untuk dimengerti. Selain itu *manga* dan *anime* Doraemon juga memperlihatkan kebudayaan dan kehidupan sehari-hari masyarakat Jepang dengan sangat baik. Melalui *manga* dan *anime* Doraemon, Jepang dapat menyampaikan pesannya kepada negara lain seperti kebebasan berekspresi, persahabatan dan kecintaan kepada lingkungan hidup. Pengembangan budaya populer seperti *manga* dan *anime* Doraemon sebagai *soft power* yang digunakan oleh Jepang bertujuan agar Jepang dapat membangun citra positifnya di dunia internasional. Selain itu, Jepang juga bertujuan agar negara lain dapat memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai masyarakat, kebudayaan dan negara Jepang agar terjalin hubungan yang baik antar negara. Pengembangan budaya populer sebagai *soft power* juga merupakan pengembangan dari alat diplomasi yang dapat digunakan Jepang dalam menjalankan politik luar negerinya.

BAB 4

KESIMPULAN

Jepang sebagai negara maju tidak hanya mengembangkan bidang perekonomiannya saja, namun juga bidang budaya. Saat ini budaya populer Jepang atau yang sering disebut *Japanese popular culture* seperti *manga* (komik Jepang), *anime* (animasi), *game*, *j-music*, dan *dorama* (drama televisi) telah banyak dikenal di seluruh dunia. Hidetoshi Kato mengemukakan istilah budaya populer dalam bahasa Jepang lebih tepat disebut sebagai *taishuu bunka* (大衆文化) atau "budaya massa". Budaya massa memiliki pengertian suatu bentuk budaya yang banyak disukai oleh masyarakat, tidak hanya masyarakat Jepang saja tetapi juga disukai oleh masyarakat dari negara-negara lainnya, yang menyebabkan budaya populer tersebut juga diproduksi secara massa. Beberapa faktor yang menyebabkan budaya populer Jepang seperti *manga* dan *anime* dapat diterima dengan baik tidak hanya di Jepang tetapi juga di luar Jepang, yaitu budaya pop Jepang memiliki kreativitas dan kualitas yang tinggi, mengandung unsur kehidupan, mimpi, dan relevansinya serta memiliki aspek hubungan antar manusia, pekerjaan dan perkembangan spiritualitas.

Sebagai bentuk dari budaya populer yang merupakan budaya massa, *manga* dan *anime* dinikmati oleh banyak orang, yang dapat dilihat dari tingginya angka penjualan *manga* dan banyaknya *anime* Jepang yang disiarkan di seluruh dunia. Hal ini disebabkan karena *manga* dan *anime* tidak hanya terdiri dari berbagai macam jenis dan tema cerita yang kreatif dan menarik tetapi juga dapat dinikmati sebagai komoditi kesenangan yang tidak mahal. *Manga* dengan bermacam jenisnya, sangat laris di pasaran, baik di Jepang maupun di negara-negara lain. Begitu pula dengan animasi Jepang atau yang biasa disebut *anime*, telah menarik banyak penonton di seluruh dunia. Salah satu contohnya adalah keberhasilan animasi Doraemon yang telah disiarkan di berbagai negara.

Budaya populer Jepang yang saat ini telah diterima dengan baik oleh masyarakat di negara lain bersifat lebih "lunak" karena dalam penerimaannya tidak terdapat paksaan yang merupakan suatu bentuk *soft power* bila dibandingkan dengan kekuatan ekonomi dan industri yang dianggap sebagai *hard power*. Joseph

S. Nye Jr. menjelaskan konsep *soft power* sebagai kemampuan suatu negara untuk mencapai tujuannya dengan lebih menggunakan daya tarik (*attraction*) daripada paksaan (*coercion*) dan pembayaran (*payment*). Berbeda dengan *hard power* yaitu kekuasaan komando (*command power*) yang dalam pelaksanaannya memaksa pihak lain untuk mengubah pilihannya dengan menggunakan paksaan (militer) ataupun pembayaran (ekonomi), *soft power* merupakan kekuasaan memilih atau kooptif (*co-optive power*) yaitu lebih menggunakan daya tarik atau bujukan yang bersumber dari kebudayaan suatu negara, nilai-nilai politis dan kebijakan luar negerinya. Walaupun pengaruh daya tarik dalam mencapai tujuan sangat beragam berdasarkan konteks dan tujuan yang ingin dicapai, dan dampak dari *soft power* sering dianggap tidak nyata, namun hal tersebut tidak membuat *soft power* menjadi tidak relevan bila dibandingkan dengan *hard power*. Keseimbangan antara *soft power* dan *hard power* diperlukan dalam suatu negara agar dapat mencapai kekuasaan yang menyeluruh.

Dalam konteks Jepang, salah satu sumber *soft power* potensialnya adalah daya tarik budaya populernya. Dari beragam bentuk budaya populer Jepang, *manga* dan *anime* telah menarik banyak perhatian masyarakat di seluruh dunia. Melalui *manga* dan *anime*, seperti yang terdapat dalam *manga* dan *anime* Doraemon, Jepang dapat menyampaikan pesan-pesan yang dimilikinya seperti kebebasan mengekspresikan budaya, kebiasaan hidup, dan pandangan masyarakat Jepang mengenai teknologi, persahabatan yang ingin dijalin oleh Jepang dengan negara-negara lain, serta pentingnya mencintai dan melestarikan lingkungan hidup. Keseriusan pemerintah Jepang dalam memanfaatkan budaya populer sebagai *soft power* negaranya adalah dengan ditunjuknya Doraemon sebagai Duta Budaya Animasi Jepang yang memiliki misi diplomasi khusus yaitu memperkenalkan budaya Jepang dan memperdalam pemahaman negara lain terhadap Jepang agar dapat menjalin persahabatan dengan baik. Doraemon direkomendasikan oleh para ahli animasi dan budaya pop Jepang sebagai tokoh yang sangat layak menjadi duta budaya animasi karena dalam *manga* dan *anime* Doraemon para penonton yang berasal dari luar Jepang dapat melihat berbagai aspek kebudayaan Jepang, cara berpikir serta keseharian orang Jepang.

Pemanfaatan budaya populer seperti *manga* dan *anime* Doraemon sebagai *soft power* bertujuan agar Jepang dapat membangun citra positifnya di dunia internasional yang diperlukan untuk dapat membangun kerja sama yang baik dengan negara lain. Selain itu, melalui budaya populer yang digunakan sebagai *soft power*, Jepang dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai masyarakat, kebudayaan dan negaranya kepada masyarakat internasional, yang dapat menghindari kesalah pahaman terhadap Jepang. Pengembangan budaya populer sebagai *soft power* juga merupakan pengembangan dari alat diplomasi yang dapat digunakan Jepang dalam menjalankan politik luar negerinya.



DAFTAR PUSTAKA

- Storey, John. *Teori Budaya dan Budaya Pop*. Trans. Elli El Fajri. Yogyakarta: Penerbit Qalam, 2004. Trans. of *An Introductory Guide to Cultural Theory and Pop Culture*, 1993.
- Powers, Richard Gid and Hidetoshi Kato, ed. *Handbook of Japanese Popular Culture*. Westport: Greenwood Press, 1989.
- Kato, Hidetoshi, ed. *Japanese Popular Culture*. Connecticut: Greenwood Press, 1973.
- Craig, Timothy J., ed. *Japan Pop! Inside The World of Japanese Popular Culture*. New York: M. E. Sharpe, Inc, 2000.
- Shiraishi, Saya S., "Doraemon Goes Abroad." *Japan Pop! Inside The World of Japanese Popular Culture*. New York: M. E. Sharpe, Inc, 2000. 287-307.
- Schilling, Mark. *The Encyclopedia of Japanese Pop Culture*. New York: Weatherhill, 1997.
- Martinez, D. P., ed. *The Worlds of Japanese Popular Culture: Gender, Shifting Boundaries and Global Cultures*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.
- MacWilliams, Mark W. *Japanese Visual Culture*. New York: M.E. Sharpe, 2008
- Schodt, Frederick L. *Manga! Manga! The World of Japanese Comics*. Tokyo: Kodansha, 1983.
- Napier, Susan J. *Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Contemporary Japanese Animation*. New York: Palgrave Macmillan, 2005.
- Patten, Fred. *Watching Anime, Reading Manga*. Berkeley: Stone Bridge Press, 2004.
- Drazen, Patrick. *Anime Explosion: The What? Why? And Wow! Of JapanAnimation*. Berkeley: Stone Bridge Press, 2003.
- Brown, Steven T., ed. *Cinema Anime*. New York: Palgrave Macmillan, 2006.
- Kelts, Roland. *Japanamerica: How Japanese Popular Culture Has Invaded The US*. New York: Palgrave Macmillan, 2006.
- Shinmura, Izuru. *Koujien*. Tokyo: Iwami Shoten, 1992

Nye Jr., Joseph S. *Soft Power: The Means To Success In World Politics*. New York: Public Affairs, 2004.

------. *Bound To Lead: The Changing Nature Of American Power*. New York: Basic Book, Inc., 1990.

Inoguchi, Takashi and Purnendra Jain. *Japanese Foreign Policy Today*. New York: Palgrave Macmillan, 2000.

Funabashi, Yoichi. *Japan International Agenda*. New York: New York University Press, 1994.

Ogura, Kazuko. *Japan's Cultural Diplomacy*. Tokyo: The Japan Foundation, 2009.

Drifte, Reinhard. *Japan's Foreign Policy in the 1990s: From Economic Superpower to What Power?*. London: Macmilland Press, 1996.

Hook, Glenn D., et al. *Japan's International Relations: Politics, Economics and Security 2nd ed*. Oxon: Routledge, 2005.

Murakami, Yasuke and Yutaka Kosai. *Japan in The Global Community: Its Role and Contribution of The 21st Century*. Tokyo: University of Tokyo Press, 1986.

Ministry of Foreign Affairs. *Diplomatic Bluebook 2005*. Tokyo: Ministry of Foreign Affairs, 2005.

Fujio, Fujiko F. *Doraemon 2*. Tokyo: Tentoumushi Comics, 1974.

------. *Doraemon 3*. Tokyo: Tentoumushi Comics, 1974.

------. *Doraemon 4*. Tokyo: Tentoumushi Comics, 1974.

------. *Doraemon 7*. Tokyo: Tentoumushi Comics, 1975.

------. *Doraemon 10*. Tokyo: Tentoumushi Comics, 1976.

Artikel Internet:

Nye, Joseph S. "Soft Power Matters in Asia". Joseph S. Nye Jr. *The Japan Times* 5 December 2005.

<http://belfercenter.ksg.harvard.edu/publication/1486/soft_power_matters_in_asia.html>

Whitney, Joel. "How Soft is Smart". *Guernica Magazine of Art and Politics* Joel Whitney interviews Joseph Nye, October 2008.

<http://www.guernicamag.com/interviews/777/how_soft_is_smart_1/>

- Burgess, Chris. "Soft Power is Key to Japan Reshaping Its Identity Abroad". 2 September, 2008
<<http://search.japantimes.co.jp/cgi-bin/fl20080902zg.html>>
- Hässler, Conrad. "Doraemon and Crouching Tiger – Examining China's and Japan's Soft Power Resources." 25 May 2009
< http://www.allacademic.com/meta/p100619_index.htm >
- "Japan's New Ambassador: A Cartoon Cat." *AFP*. 14 March 2008.
<<http://afp.google.com/article/ALeqM5jhANA3ikVLt7iA2WIDBvwvq3Cd0g>>
- "Japan Named Doraemon first Animated Ambassador" People Daily Online. 20 March 2008
< <http://english.peopledaily.com.cn/90001/90777/90851/6377497.html>>
- Iyer, Pico. "The Cuddliest Hero in Asia". *Time Magazine*. 29 April 2002.
< <http://www.time.com/time/asia/features/heroes/doraemon.html>>
- "Kunjungan Doraemon Sebagai Duta Besar Jepang." 19 June 2008
<<http://www.jawaban.com/newsmt>>
- Beech, Hannah. "Japan Reaches Out". *Time Magazine Online*. 20 November 2008
<<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1860765,00.html>>
- Hiscock, Geoff. "Soft Power Part of Balancing Act". *CNN* 21 September 2006
<<http://edition.cnn.com/2006/WORLD/asiapcf/09/01/japan.softpower/index.htm>>
- Otmazgin, Nissim Kadosh. "Contesting Soft Power: Japanese Popular Culture in East and Southeast Asia"
Oxford Journals Social Science Int. Relations of The Asia – Pacific 2008 8 (1) pp. 73-101. 21 June 2007.
< <http://irap.oxfordjournals.org/cgi/content/abstract/8/1/73>>
- Gyouten, Toyoo. "Japan's Soft Power Reconsidered". 30 August 2004
<http://www.glocom.org/opinions/20040830_gyohten_japan/index.html>
- Watanabe, Yasushi. "Revisiting Soft Power". The Center for Global Partnership (CGP). 26 January 2007
< <http://www.policypointers.org/Page/View/4895>>
- McGray, Douglas. "Japan's Gross National Cool". *Foreign Policy Magazine*. 1 May 2002

<http://www.foreignpolicy.com/articles/2002/05/01/japans_gross_national_coopl>

“Japan and US Soft Power: Addressing Global Challenges.” Fullbright/Culcon Joint Symposium. 12 June 2009.

< http://www.jpff.go.jp/culcon/fulbright-culcon/dl/softpower_summary.pdf>

“Japan Surveyed on Anime, Manga, Other Cultural Exports.” *NHK* 20 May 2005

<<http://www.animenewsnetwork.com/news/2010-05-20/japan-surveyed-on-anime-manga-other-cultural-exports>>

Kelts, Roland. “Soft Power Hard Truths”. *Yomiuri Shinbun* 11 June 2010.

<<http://www.yomiuri.co.jp/dy/features/arts/20100611TDY11T03.htm>>

Norris, Michael J. “Exploring Japanese Popular Culture as a Soft Power Resource.” 2009. May 17 2010.

<<http://studentpulse.com/articles/253/exploring-japanese-popular-culture-as-a-soft-power-resource>>

Whitney, Christopher B. and David Shambaugh. “Soft Power in Asia: Results of a 2008 Multinational Survey of Public Opinion.” 2008.

<http://www.thechicagocouncil.org/UserFiles/File/POS_Topline%20Reports/Asia%20Soft%20Power%202008/Chicago%20Council%20Soft%20Power%20Report-%20Final%206-11-08.pdf>

<http://www.msnbc.msn.com/id/23716592/>

<http://www.associatepublisher.com/e/d/do/doraemon.htm>

<http://tripatlas.com/Doraemon>

<http://doraemonmanga.blogspot.com>

http://strategywiki.org/wiki/File:Doraemon_and_friends.gif

http://strategywiki.org/wiki/File:Nobita_dinosaur.gif

<http://afp.google.com/article/time/doraemon>

http://dora-world.com/information/books_f.html

<http://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/anime.php?id=1318>

http://www.id.emb-japan.go.jp/news08_23.htm

DAFTAR ISTILAH

<i>attraction</i>	: daya tarik
<i>anime</i> (アニメ)	: animasi Jepang
<i>anime bunka taishi</i> (アニメ文化大使)	: duta budaya animasi
<i>chanoyu</i>	: upacara minum teh
<i>coercion</i>	: paksaan
<i>comic book diplomacy</i>	: diplomasi komik
<i>command power</i>	: kekuasaan (kekuatan) komando
<i>co-optive power</i>	: kekuasaan (kekuatan) memilih
<i>dorama</i>	: serial drama televisi Jepang
<i>furoshiki</i> (風呂敷)	: kain pembungkus barang / hadiah
<i>futon</i> (蒲団)	: kasur (alas) tidur tradisional Jepang
<i>fuurin</i> (風鈴)	: lonceng kecil terbuat dari kaca
<i>genkan</i> (玄関)	: bagian yang lebih rendah dari lantai yang terdapat antara pintu dengan ruangan.
<i>hard power</i>	: kekuatan keras
<i>ikebana</i>	: seni merangkai bunga
<i>influence</i>	: pengaruh
<i>intangible asset</i>	: aset (kekuatan) yang tidak terlihat
<i>jinja</i> (神社)	: kuil agama Shinto
<i>j-music</i>	: <i>japanese music</i> (musik Jepang) dengan jenis seperti pop dan rock
<i>kouyou</i> (紅葉)	: daun-daunan yang berubah warna dari hijau menjadi kuning, jingga atau merah pada musim gugur.
<i>manga</i> (漫画)	: komik Jepang
<i>mangaka</i> (漫画家)	: penulis komik
<i>matsuri</i> (祭り)	: festival kebudayaan
<i>minshuu bunka</i> (民衆文化)	: budaya rakyat

<i>minzoku bunka</i> (民族文化)	: budaya bangsa
<i>oshi ire</i> (押入れ)	: lemari yang menempel pada dinding (lemari dinding) dengan pintu geser di dalam kamar pada rumah orang Jepang.
<i>persuasion</i>	: bujukan
<i>payment</i>	: pembayaran
<i>soft power</i>	: kekuatan lunak
<i>taishuu bunka</i> (大衆文化)	: budaya massa
<i>tangible asset</i>	: aset (kekuatan) yang nyata
<i>tatami</i> (畳)	: tikar anyaman jerami



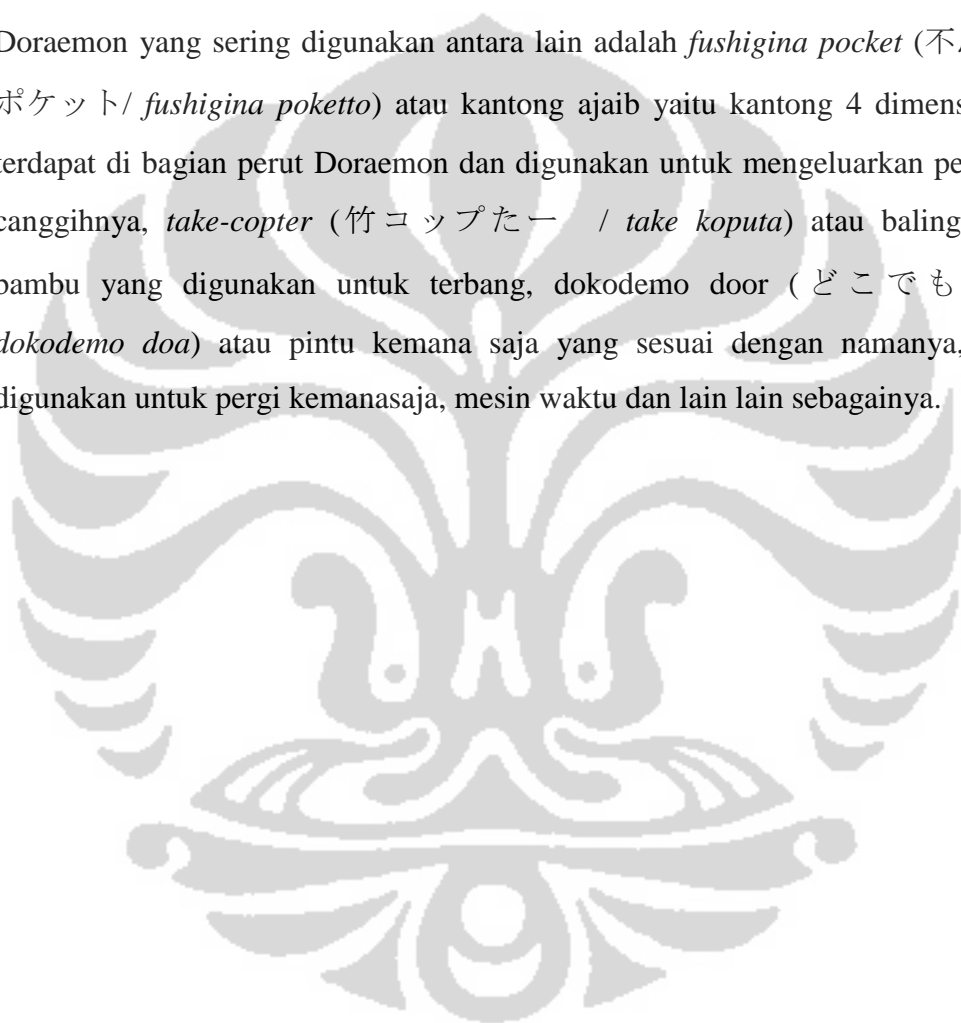
Sinopsis Doraemon

Doraemon (ドラえもん), robot kucing berwarna biru dengan bentuk menggemaskan ini telah berhasil merebut perhatian banyak orang, tidak hanya di Jepang tetapi juga di luar Jepang. Doraemon adalah buah karya *mangaka* Hiroshi Fujimoto dan pertama kali muncul dalam enam judul majalah anak-anak yang diterbitkan oleh Shogakukan pada tahun 1969. Pada tahun 1977, cerita Doraemon dimuat dalam majalah bulanan yang diterbitkan oleh CoroCoro Comic. Hiroshi Fujimoto bersama dengan rekannya Motoo Abiko bekerja sama hingga tahun 1980 dengan nama pena Fujiko Fujio. Fujimoto meninggal dunia pada tahun 1996 karena penyakit liver yang dideritanya. Pada tahun 1978 TV Asahi mulai menayangkan versi animasi Doraemon yang membuat Doraemon semakin meraih popularitas di seluruh Jepang. Pada awal penayangannya anime Doraemon berdurasi 15 menit yang ditayangkan sebanyak lima kali dalam seminggu pada pukul 06.45 sore. Segera setelah penayangan anime Doraemon, diproduksi pula *Doraemon the movie* yang tayang pada musim semi setiap tahunnya. Selain itu, juga banyak diproduksi berbagai macam merchandise, game, dan video Doraemon. Saat ini, cerita Doraemon dari tahun 1969 sampai tahun 1996 sebanyak 1.344 cerita telah dibagi dalam 45 buku dan menjadi koleksi di Takaoka Central Library di Toyama, Jepang.¹

Pada cerita awalnya, Doraemon dikirim kembali ke masa kini yaitu pada saat Nobita berumur 10 tahun oleh cicit Nobita, Sewashi, untuk memperbaiki kehidupan Nobita agar keturunannya merasakan kehidupan yang lebih baik. Dalam kehidupan aslinya (tanpa dibantu Doraemon), Nobita gagal dalam pelajaran sekolahnya, gagal dalam karir, dan meninggalkan keluarganya dengan masalah finansial. Cerita terfokus tentang kehidupan sehari-hari Nobita, tokoh utama cerita ini. Doraemon memiliki sebuah kantung 4 dimensi yang ia isi dengan benda-benda dari masa depan. Seringkali Nobita mengadu pada Doraemon mengenai masalah dengan teman-temannya ataupun masalah di sekolah. Walaupun Doraemon telah memberikan nasehat yang baik pada Nobita, namun Nobita tidak pernah puas dan menginginkan jalan keluar yang mudah dan cepat

¹ <http://www.wikipedia.com/doraemon>. (Diakses 29 April 2010 pukul 20.00)

atas permasalahannya. Ia sering memaksa Doraemon untuk mengeluarkan sebuah alat untuk menyelesaikan masalah, membalas dendam, atau hanya sekedar pamer ke teman-temannya. Biasanya Nobita bertindak semaunya dan tidak memperdulikan petunjuk maupun saran Doraemon dalam menggunakan alat-alat tersebut sehingga sering mengakibatkan Nobita mendapatkan masalah yang lebih besar. Terkadang, teman Nobita (biasanya Suneo atau Giant) mencuri alat tersebut dan berakhir dalam kekacauan karena salah menggunakannya. Beberapa alat-alat Doraemon yang sering digunakan antara lain adalah *fushigina pocket* (不思議なポケット / *fushigina poketto*) atau kantong ajaib yaitu kantong 4 dimensi yang terdapat di bagian perut Doraemon dan digunakan untuk mengeluarkan peralatan canggihnya, *take-copter* (竹コップター / *take koputa*) atau baling-baling bambu yang digunakan untuk terbang, *dokodemo door* (どこでもドア / *dokodemo doa*) atau pintu kemana saja yang sesuai dengan namanya, dapat digunakan untuk pergi kemanasaja, mesin waktu dan lain lain sebagainya.



Tokoh Dalam *Manga* dan *Anime* Doraemon

Dalam manga dan anime Doraemon, tokoh-tokohnya terdiri dari tokoh-tokoh utama dan tokoh lainnya. Tokoh-tokoh utama yaitu:

Doraemon (ドラえもん)

Doraemon adalah robot kucing berwarna biru dari abad ke-22 yang dikirim ke abad ke-20 untuk menolong Nobita. Lahir pada 3 September 2112. Tinggi badannya 129,3 cm dan berbobot 129,3 kg. Makanan kesukaannya adalah Dorayaki. Nama Doraemon dalam bahasa Jepang ditulis dalam dua jenis huruf yaitu katakana untuk “*dora*” (ドラ) dan hiragana untuk “*emon*” (えもん). “*Dora*” berasal dari kata “*dora kuma*” atau kucing yang tersesat. Sedangkan “*emon*” adalah nama yang biasanya mengikuti nama anak laki-laki.¹

Pada awal cerita, diceritakan bahwa sebenarnya Doraemon adalah sebuah robot kucing yang diciptakan oleh Nobita sendiri. Setelah sekian lama berpindah - pindah sejak pertama kali diciptakan, Doraemon diperbaharui dan tubuhnya dicat dengan warna kuning yang dirancang untuk keperluan rumah tangga keluarga kaya. Sayangnya, sebuah kesalahan terjadi ketika ia menjalani proses produksi. Tak seperti robot kucing lainnya, ia gagal melewati tes sehingga ia dilelang ke keluarga kelas bawah, yang tak lain adalah keluarga keturunan Nobi Nobita. Doraemon tetap menjadi sebuah robot kucing berwarna kuning, hingga suatu hari sebuah robot tikus menggigit telinganya sampai hancur, sehingga terpaksa diamputasi. Hal inilah yang membuat Doraemon sangat benci dan takut pada tikus. Doraemon sangat sedih dan terus menangis. Ia mencoba untuk mengembalikan telinganya dengan cairan penumbuh, tetapi ia mengambil cairan yang salah dan menyebabkan lunturnya cat ditubuhnya yang semula kuning menjadi warna dasarnya, biru. Ia pun berubah menjadi seperti sekarang ini yaitu sebuah robot kucing berwarna biru, tanpa telinga. Doraemon dakan saat Nobita sudah berumur sekitar separuh baya. Dan sebenarnya Doraemon sudah berada dikeluarga Nobita sejak awalnya ia diciptakan. Meskipun gagal dalam proses tes, Doraemon tetap menjadi sebuah robot canggih yang memiliki alat-alat ajaib yang mampu memecahkan semua masalah. Ia juga pengertian dan memiliki rasa kasih

¹ Info doraemon: <http://www.associatepublisher.com/e/d/do/doraemon.htm>

sayang seperti ketika Nobita menangis dan memohon kepadanya, Doraemon dengan senang hati mendengarkan semua keluhan dan membantunya. Doraemon adalah robot kucing yang sangat manusiawi. Ia memiliki perasaan seperti manusia sehingga ia juga mampu memahami manusia, baik itu sedih, takut, marah, gembira, simpati, dan lainnya. Ia dapat berteriak kegirangan, meloncat ketakutan, dan menangis haru. Namun terkadang ia juga bisa bertindak sangat emosional seperti ketika sedang bertengkar dengan Nobita. Ia juga memiliki "senjata rahasia" yang bisa digunakan dalam keadaan terdesak, yaitu kepalanya yang lebih keras daripada batu sekalipun.

Tubuh Doraemon sangat sensitif, ia tak dapat beraktivitas dengan normal jika ia kehilangan suku cadangnya; walaupun hanya sebuah mur. Ia memiliki seorang adik bernama Dorami yang siap menggantikan tugasnya menjaga Nobita ketika ia menjalani servis rutin di masa depan. Doraemon tinggal bersama dengan Nobita dan keluarganya. Ia menempati kamar yang sama dengan Nobita dan memiliki tempat tidur khusus yaitu di dalam *oshi ire* (押入れ).¹ Doraemon juga kenal dengan semua teman Nobita dan mereka sering bermain maupun mengadakan petualangan bersama.

Nobi Nobita (野比のび太)

Seorang anak laki-laki berumur 10 tahun yang duduk di kelas 4 SD dan memiliki sifat pemalas dan cengeng namun juga baik hati dan suka menolong. Ia tidak pandai dalam pelajaran sekolah maupun olahraga. Walaupun begitu, ia pandai dalam membuat teka-teki dan bermain tembak-tembakan. Karena memiliki sifat cengeng dan tidak pandai dalam pelajaran maupun olahraga, Nobita sering diganggu oleh temannya seperti Giant dan Suneo. Tidak jatang pula, sifatnya yang terlalu baik dan suka menolong terkadang malah menyeretnya ke dalam masalah. Namun separah apapun, pada akhirnya Nobita akan selalu bergembira. Nobita memiliki hobi Hobinya bermain karet, sebuah hobi yang tidak lazim untuk anak laki-laki di Jepang dan hobi lainnya yaitu mengumpulkan tutup botol. Cita-cita

¹ *Oshi ire* (押入れ) adalah sebuah lemari yang menempel pada dinding (lemari dinding) dengan pintu geser yang biasa terdapat di dalam kamar pada rumah orang Jepang. Biasa digunakan untuk menyimpan *futon* (kasur tidur tradisional Jepang) dan benda-benda lainnya.

Nobita selalu berganti-ganti, ia pernah ingin menjadi pilot, guru hingga seorang ninja.

Nobita adalah seorang pecinta binatang. Walaupun selalu dilarang oleh ibunya untuk memelihara binatang, ia pernah memelihara berbagai macam hewan mulai dari kucing, anjing, sampai seekor gajah Afrika yang terpisah dari induknya secara diam-diam. Walaupun ia sering dimarahi oleh ibunya karena kemalasan atau keteledorannya, Nobita adalah anak yang sangat menghormati orang tuanya. Ia juga sering membantu ibunya untuk berbelanja. Nobita sangat menyayangi Doraemon walaupun tidak jarang pula keduanya bertengkar. Pertengkaran keduanya biasanya disebabkan oleh keteledoran dirinya sehingga membuat Doraemon kesal dan pada akhirnya Nobita akan meminta maaf atas kesalahannya.

Minamoto Shizuka (源静香)

Anak perempuan teman sekelas Nobita yang sangat disukainya. Shizuka adalah anak yang pandai dalam pelajaran namun tetap rendah hati. Ia selalu bersikap baik kepada siapa saja. Ia juga selalu membela Nobita jika Nobita dikerjai teman-temannya. Shizuka suka membuat kue dan seringkali mengundang teman-temannya untuk makan bersama. Kesukannya adalah berendam di air panas dan makan ubi manis bakar (ubi madu). Ia bercita-cita menjadi seorang pramugari. Shizuka juga hobi memainkan biola walaupun tidak mahir memainkannya. Di masa depan, diceritakan bahwa Shizuka akhirnya menikah dengan Nobita.

Goda Takeshi (剛田武、ジャイアン)

Takeshi yang biasa dipanggil oleh teman-temannya dengan nama Giant (dibaca Jaian) memiliki karakter yang emosional. Ia sering mengganggu Nobita dan sangat suka menyanyi walaupun suaranya tidak bagus sama sekali. Ia juga sering mengadakan konser di lapangan dan mengundang atau lebih tepatnya memaksa semua temannya untuk datang dan mendengarkan, walaupun sebenarnya mereka tidak suka. Cita-citanya adalah menjadi penyanyi dan bisa tampil di televisi. Namun dibalik sifatnya yang pemarah, Giant juga memiliki sifat baik dan seorang anak kuat yang dapat diandalkan ketika teman-temannya berada

dalam kesulitan. Giant juga mempunyai hobi lain yaitu memasak, meskipun hasilnya juga tidak memuaskan. Selain memasak dan menyanyi, Giant mempunyai hobi yang ia rahasiakan dari teman-temannya yaitu bermain rumah-rumahan dengan boneka-boneka miliknya. Aktifitasnya selain sekolah adalah membantu menjaga toko ibunya.

Honekawa Suneo (骨川スネ夫)

Teman Nobita yang satu ini berasal dari keluarga kaya dan sering menyombongkan dirinya. Suneo dan keluarganya memiliki ciri khas yaitu wajahnya yang seperti rubah. Suneo banyak memiliki barang-barang bagus seperti mainan mobil *remote control* terbaru yang selalu ia pamerkan pada teman-temannya. Hal ini sering membuat Nobita merengek ke Doraemon untuk diberikan barang yang lebih bagus agar bisa menyaingi Suneo. Walaupun terlihat serba bisa, Suneo sebenarnya adalah seorang anak yang sangat manja, mudah menyerah, dan penakut. Ia juga senang membanggakan diri dan sering berbohong untuk menjaga harga dirinya. Meskipun ia sering marah kepada Giant karena selalu merampas dan tidak jarang merusak mainannya, namun Suneo sangat akrab dengan Giant. Mereka berdua sering kali bersama-sama mengganggu Nobita. Hobinya adalah memandangi cermin, mengumpulkan perangkong dan barang antik lainnya, membuat pramodel, membuat foto panorama, dan bermain *remote control*. Suneo mempunyai wawasan yang luas di bidang sains dan adalah pendesigner yang bertalenta. Cita-citanya adalah menjadi seorang designer pakaian berkelas.

Suneo memiliki seorang adik laki-laki bernama Sunetsugu. Ia tinggal bersama pamannya di New York, Amerika Serikat dan jarang pulang ke Jepang. Meskipun begitu, Suneo dan Sunetsugu sering berkomunikasi lewat surat. Sunetsugu sangat bangga dengan Suneo karena dalam suratnya, Suneo selalu berbohong untuk membanggakan dirinya; misalnya dengan mengatakan bahwa ia adalah anak yang paling pintar di sekolah, paling kuat di lingkungan, dan disukai banyak perempuan. Suneo juga memiliki sepupu bernama Sunekichi yang sering membuatkan *remote control* untuknya.

Nobi Nobisuke / Ayah (Otousan / お父さん)

Ayah Nobita ini adalah seorang pegawai kantoran yang baik dan penyabar. Ketika muda, ia pernah bercita-cita menjadi seorang pelukis bahkan ia sempat berguru kepada seorang pelukis yang kini terkenal. Ia pandai berolahraga terutama bermain golf tetapi ia tidak pandai dalam pelajaran sekolah. Ia seorang perokok berat dan kesulitan menghilangkan kebiasaan merokoknya. Sejak lama ia memimpikan untuk memiliki SIM mobil namun selalu gagal mendapatkannya.

Nobisuke selalu mengharapkan Nobita agar tidak menjadi seperti dirinya yang seorang pekerja kantoran dan gagal dalam melakukan apapun. Ia sering membelikan Nobita berbagai ensiklopedia yang kemudian hanya dijadikan pajangan saja. Ia juga sering menasihati agar Nobita keluar rumah menikmati hangatnya sinar matahari daripada hanya tidur-tiduran di rumah. Meskipun begitu, ia sangat memanjakan dan jarang sekali memarahi Nobita. Nobisukelah yang sering membela Nobita apabila dimarahi oleh ibunya.

Kataoka Tamako / Ibu (Okasan / お母さん)

Ibu Nobita ini adalah seorang ibu rumah tangga yang baik, namun juga emosional. Ia selalu cerewet dan memarahi Nobita yang pemalas dan sering mendapat nilai 0 dalam pelajaran. Ia juga sering menyuruh Nobita untuk membantunya membersihkan halaman ataupun berbelanja. Di masa muda, ia adalah seorang anak yang pintar tapi tak pandai berolahraga. Hobinya adalah merangkai bunga.

Nenek (Obaasan / お婆さん)

Nenek Nobita ini nama aslinya tidak diketahui. Nenek adalah seorang yang penyabar dan baik hati. Ia selalu menasihati Nobita dengan halus dan lembut, dan melindungi Nobita ketika diomeli oleh ibunya. Nasihat nenek yang selalu diingat Nobita adalah Daruma. Nenek mengatakan walaupun sudah jatuh berkali-kali, Daruma akan bangun dengan sendirinya. Nenek meninggal ketika Nobita masih kecil. Nenek mengenal Nobita masa kini dan mengetahui adanya mesin waktu milik Doraemon.

Kakek (お祖父さん)

Kakek adalah seorang yang galak dan tegas, ia mendidik ayah Nobita dengan keras. Namun dibalik semua itu, ia sangat mencintai anaknya itu. Sama seperti nenek, ia juga mengetahui keberadaan Nobita masa kini dan Doraemon. Kakek meninggal sebelum Nobita dilahirkan.

Nobisuke (のびすけ)

Nobisuke adalah anak Nobita dan Shizuka di masa depan. Ia memiliki nama yang sama dengan ayah Nobita. Berbeda dengan Nobita yang cukup pendiam dan tenang, Nobisuke adalah anak yang hiperaktif, suka olahraga, dan sering mengganggu teman-temannya. Kesamaannya adalah keduanya sama-sama tidak pandai dalam pelajaran.

Sewashi (せわし)

Sewashi adalah keturunan Nobita yang hidup di abad ke-22, ia lah yang mengirim Doraemon kepada Nobita.

Dorami (ドラミ)

Dorami adalah robot kucing yang merupakan adik perempuan Doraemon. Berbeda dengan Doraemon yang berwarna biru, Dorami berwarna kuning dengan tubuh yang lebih kecil. Ia pandai melakukan pekerjaan rumah tangga seperti membersihkan rumah dan mencuci. Tenaganya menyamai sepuluh ribu daya kuda. Ia menyukai kebersihan dan benci terhadap ketidakrapihan dan lebih rajin dibandingkan Doraemon. Walaupun kurang disukai oleh Nobita karena selalu serius dan tidak bisa bercanda, Dorami sebenarnya adalah robot yang baik dan sering menolong Nobita dan teman teman ketika mereka dalam kesulitan.

Dekisugi Hidetoshi (出木杉英才)

Teman sekelas Nobita ini adalah seorang anak laki-laki yang tampan dan pintar dalam pelajaran maupun olahraga, sering menjadi nomor 1 di kelas. Dekisugi selalu dicemburui Nobita karena sering membantu Shizuka dalalam pelajaran. Namun walaupun begitu Dekisugi tidak pernah dendam, bahkan sekali

waktu membantu Nobita dalam banyak hal. Selain itu, Dekisugi juga pandai menggambar dan memasak.

Gariben (ガリベン)

Gariben adalah teman sekelas Nobita yang menduduki peringkat ke dua. Ia iri pada Dekisugi yang selalu menjadi nomor satu dikelas. Suatu kali ia menjahili Dekisugi dengan menelpon Dekisugi setiap hari pada jam dua malam sehingga membuat Dekisugi khawatir dan membuat nilai-nilainya turun. Doraemon dan Nobita menangkapnya dan ia memohon agar tidak dilaporkan kepada guru. Dekisugi memaafkannya karena Gariben berjanji untuk tidak melakukannya lagi dan akan berusaha dengan kekuatan sendiri.

Jaiko (ジャイコ)

Jaiko adalah adik perempuan Giant. Hobinya memasak dan mengarang komik. Jaiko menggunakan nama Christine Goda (クリスチーネ 剛田 / Kurisuchīne Gōda) untuk komik karangannya. Giant sangat menyayanginya dan rela berkorban apa saja demi Jaiko. Jaiko pernah diceritakan akan menjadi istri Nobita andai saja Doraemon tidak datang ke masa kini.

Sunetsugu (すねつぐ)

Adik laki-laki Suneo yang tinggal bersama pamannya yang kaya raya di Amerika Serikat. Sunetsugu sangat bangga akan kakaknya, Suneo, yang menurutnya sangat pintar dan kuat, walaupun pada kenyataannya Suneo bukanlah seperti yang dipikirkannya.

Sunekichi (すねきち)

Sunekichi adalah sepupu laki-laki Suneo. Ia adalah anak orang kaya yang sangat jenius dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Ia pernah membuat sebuah *remote control* tiruan kapal Yamato sepanjang 1.75 m hanya untuk dihancurkan dengan mainannya yang lain. Dalam beberapa cerita, ia mengadu mainan remote controlnya dengan peralatan ajaib milik Doraemon.

Bapak Guru (Sensei / 先生)

Guru kelas 4 SD yang sering menghukum Nobita dengan cara menyuruhnya berdiri di koridor sekolah. Ia sering memarahi Nobita dan Jaian, tapi menganak emaskan Suneo. Pak guru sering melakukan kunjungan orang tua murid yang sering menjadi malapetaka bagi Nobita.

Sunetaro (すねたろ)

Anak laki-laki Suneo. Sama seperti ayahnya, Ia adalah seorang yang sangat manja, namun ia lemah dan sering dijahili oleh Nobisuke, anak Nobita.

Hideyo (ひでよ)

Anak laki-laki Dekisugi. Ia sangat pintar seperti ayahnya. Meskipun masih SD ia sudah mampu membuat sebuah robot yang diberi nama Roboket yaitu gabungan robot dengan roket.

Kaminari (かみなり)

Kakek pemilik rumah disebelah lapangan dimana Giant dan kawan-kawannya suka bermain *baseball*. Ia sering dibuat marah oleh Giant ataupun kawan-kawannya karena sering memecahkan kaca jendela rumah atau bonsai miliknya dengan tidak sengaja memukul bola, batu atau bisa juga salah satu alat milik Doraemon ke arah rumahnya.

Manga Doraemon

Kisah Doraemon pertama kali muncul dalam empat judul majalah anak-anak yang diterbitkan pada bulan Desember 1969 dan pada tahun 1973 juga muncul pada dua judul majalah. Keenam majalah tersebut adalah *Yoiko*, *Yōchien*, *Shogaku Ichinensei*, *Shogaku Yonnensei* pada tahun 1969, dan *Shogaku Gogensei* *Shogaku Rokunensei* pada tahun 1973. Cerita yang terdapat pada masing-masing majalah berbeda yang berarti bahawa mangaka Doraemon membuat lebih dari enam cerita setiap bulannya. Pada tahun 1977 kisah Doraemon diterbitkan dalam majalah CoroCoro Comic yang kemudian dianggap sebagai majalah Doraemon. Manga asli berdasarkan dari Doraemon the movie juga dimuat dalam majalah ini. Sejak debutnya pada tahun 1969, cerita Doraemon telah dikumpulkan dalam 45 buku (manga) yang diterbitkan pada tahun 1974-1996 yang mencapai sirkulasi hingga lebih dari ¥ 80 juta pada tahun 1992. Doraemon juga memiliki banyak seri yang diterbitkan oleh Shogakukan seperti seri Doraemon plus yang memiliki cerita yang tidak terdapat dalam 45 manga Doraemon.¹

Bagi pembaca manga Doraemon, akhir kisah Doraemon adalah hal yang sangat menarik perhatian karena sebenarnya manga Doraemon tidak memiliki satu akhir cerita yang jelas. Pada bulan Maret tahun 1971 dalam majalah *Shogaku Yonensei* terdapat akhir cerita yaitu karena fakta bahwa pengunjung dari masa depan menyebabkan masalah, pemerintah pada abad ke-22 melarang adanya perjalanan waktu. Hal ini menyebabkan Doraemon harus kembali ke waktunya di zamannya dan meninggalkan Nobita. Pada edisi bulan Maret 1972 dalam majalah yang sama dimuat akhir kisah Doraemon yaitu Doraemon harus kembali ke masa depan sehingga ia berbohong pada Nobita dengan mengatakan ia mengalami masalah mekanik sehingga Nobita memperbolehkannya pergi. Nobita mempercayainya dan berjanji untuk menunggu sampai Doraemon sembuh. Menyadari bahwa Nobita dapat merelakan kepergiannya, Doraemon memberitahu yang sebenarnya dan Nobita menerimanya. Doraemon pun kembali ke masa depan.

Sedangkan pada edisi Maret 1973 diceritakan akhir kisah Doraemon adalah suatu hari pada saat Nobita kembali kerumah setelah kalah bertempur melawan

¹ <http://www.wikipedia.com/doraemon>. Diakses 29 April 2010. Pukul 20.00

Giant, Doraemon menjelaskan kepada Nobita bahwa ia harus kembali. Nobita mencoba untuk menghalangi hal ini, tetapi setelah mendiskusikannya dengan orang tuanya, ia bisa menerima kepergian Doraemon. Mereka melakukan perjalanan terakhir di taman. Setelah mereka berpisah, Nobita menemui Jaian dan kembali bertempur. Nobita berusaha mencoba untuk menang sehingga Doraemon dapat pergi tanpa khawatir. Giant pun kemudian membiarkan Nobita menang. Setelah pertarungan tersebut, Nobita pingsan karena terdapat banyak luka. Doraemon yang menemukan Nobita kemudian membawanya pulang. Ia duduk disebelah Nobita yang tertidur dan setelah itu, Doraemon kembali ke masa depan. Akhir kisah Doraemon ini dapat ditemukan di bagian terakhir komik Doraemon nomor 6.

Pada saat duo Fujiko Fujio berpisah pada tahun 1987, mereka tidak mendiskusikan cerita akhir yang sebenarnya akan menutup kisah Doraemon. Dan hingga pada tahun 1996 Fujita meninggal dunia, akhir kisah yang benar-benar menjadi cerita penutup Doraemon dari beberapa cerita akhir yang dimuat di majalah Shogaku Yonensei tersebut tidak pernah dipilih secara resmi. Sejak saat itu pula banyak bermunculan kisah akhir Doraemon yang ditulis oleh penggemarnya yang tentu saja tidak diterbitkan secara resmi. Walaupun begitu, kisah Doraemon tetap berlanjut dengan banyaknya seri cerita yang diterbitkan oleh Shogakukan maupun cerita yang diangkat dalam anime Doraemon dan juga Doraemon the movie.

Anime Doraemon

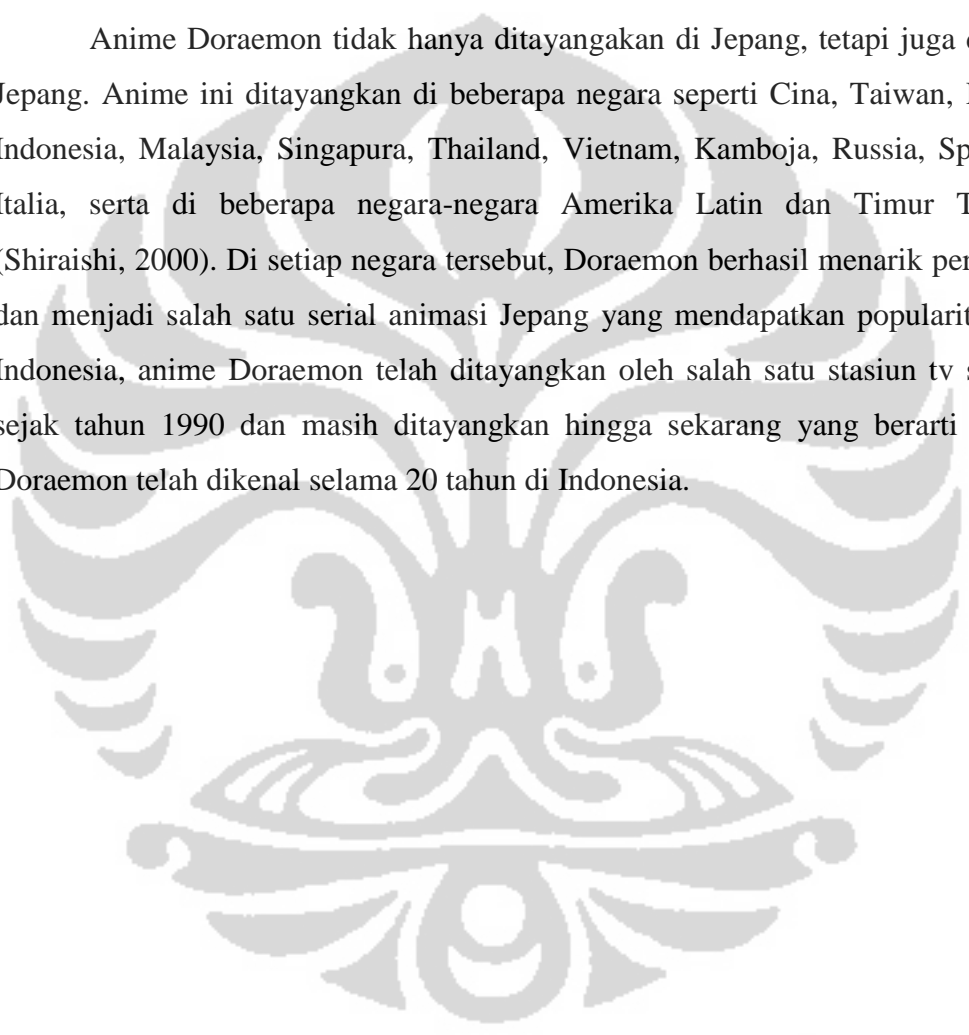
Pada tahun 1979 studio animasi Shin-Ei Animation memproduksi anime Doraemon yang ditayangkan di stasiun tv Asahi yang berhasil membuat anime Doraemon menjadi sangat terkenal. Sejak penayangan pertamanya tahun 1979 hingga selesai pada bulan Maret 2005, anime Doraemon berjumlah 1.049 episode.¹ Akhir kisah pada seri pertama adalah Nobita menemukan sebuah kotak di dalam laci mejanya. Pada keesokan harinya yang jatuh pada tanggal 1 April yang diketahui sebagai April Fool's Day (April Mop), Nobita ditipu oleh Suneo dan Giant yang mengatakan bahwa Doraemon telah kembali. Nobita pulang ke rumah dengan senang dan menanyakan kepada ibunya dimana Doraemon. Iapun menyadari bahwa dirinya telah tertipu. Nobita menjadi sedih dan memutuskan membuka kotak yang terdapat di dalam laci mejanya. Isi kotak tersebut adalah sebuah botol berisi cairan. Nobita mendengarkan suara Doraemon yang menjelaskan bahwa cairan tersebut disebut *Uso 800* (Bohong 800) yang digunakan agar semua hal yang tidak benar yang diucapkan orang yang meminum cairan tersebut berubah menjadi hal yang benar.²

Nobita kemudian menggunakan cairan tersebut untuk membalas Giant dan Suneo. Ia mengatakan cuaca hari ini sangat bagus, yang menjadi bohong dan mulai turun hujan deras sebelum ia mengatakan hari ini hujannya deras dan hujan tersebut berhenti. Nobita sukses menakuti Giant dan Suneo, namun kemudian ia menjelaskan mengenai cairan tersebut. Nobita sangat gembira pada awalnya, tetapi ia kembali bersedih karena teringat akan Doraemon. Pada saat ia pulang, ibunya mengatakan Doraemon telah kembali, tetapi ia tidak percaya karena sebelum pergi, Doraemon mengatakan bahwa ia tidak akan kembali. Tanpa disadari oleh Nobita, cairan tersebut masih berfungsi dan ketika ia sampai di kamarnya ia menemukan Doraemon. Nobita sangat gembira bisa bertemu lagi dengan Doraemon. Bagian akhir dalam anime Doraemon ini diangkat dari seri manga Doraemon nomor 7. Pada beberapa cerita di dalam anime maupun film juga diperlihatkan masa depan Nobita yang pada akhirnya bisa menikah dengan Shizuka dan hidup bahagia.

² <http://www.wikipedia.com/doraemon>. (Diakses 29 April 2010 pukul 20.00)

Pada tahun 2005 setelah seri Doraemon terdahulu selesai, dalam rangka memperingati kelahiran Doraemon, sebuah seri animasi Doraemon yang barupun diproduksi dengan tim yang sama seperti pada tahun 1979. Seri baru anime Doraemon ini mulai ditayangkan di stasiun tv Asahi pada tanggal 15 April 2005. Perbedaan seri anime Doraemon yang baru ini dengan yang terdahulu adalah desain karakter yang diperbarui dan juga pengisi suara yang baru untuk tokoh-tokohnya.

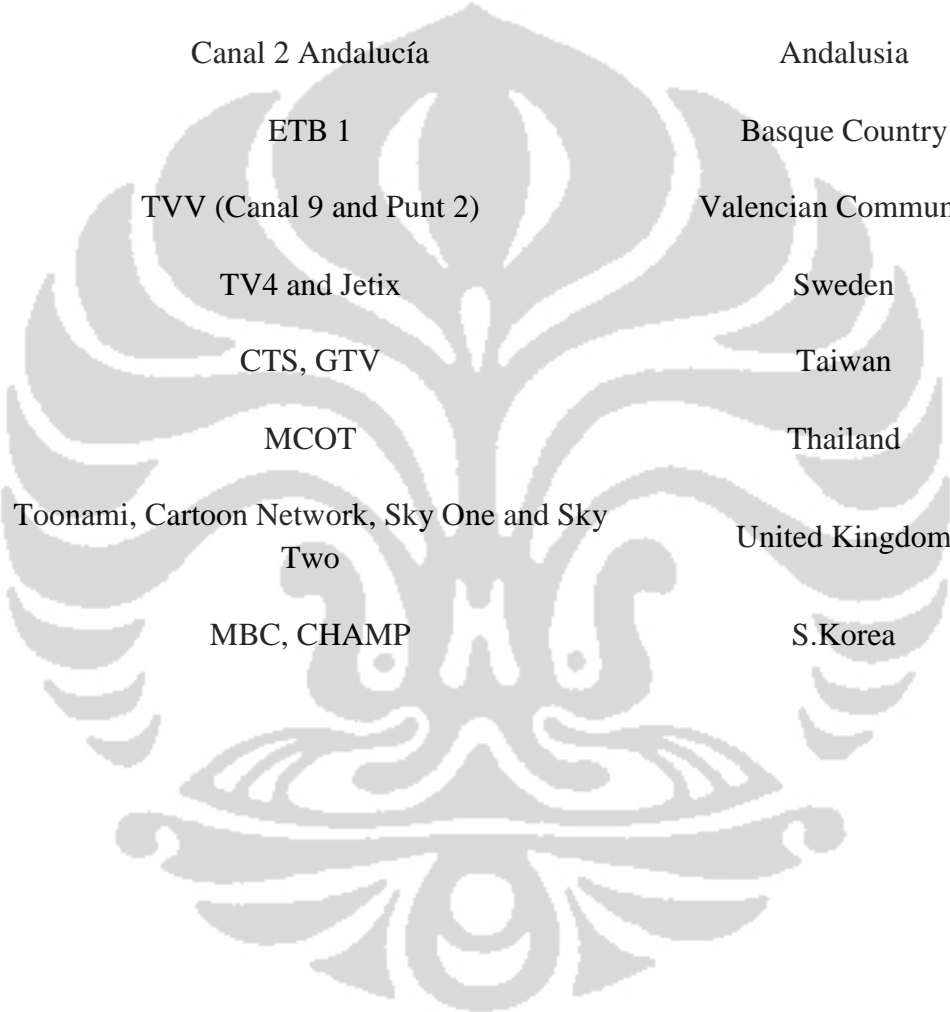
Anime Doraemon tidak hanya ditayangkan di Jepang, tetapi juga di luar Jepang. Anime ini ditayangkan di beberapa negara seperti Cina, Taiwan, Korea, Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Kamboja, Russia, Spanyol, Italia, serta di beberapa negara-negara Amerika Latin dan Timur Tengah (Shiraishi, 2000). Di setiap negara tersebut, Doraemon berhasil menarik perhatian dan menjadi salah satu serial animasi Jepang yang mendapatkan popularitas. Di Indonesia, anime Doraemon telah ditayangkan oleh salah satu stasiun tv swasta sejak tahun 1990 dan masih ditayangkan hingga sekarang yang berarti anime Doraemon telah dikenal selama 20 tahun di Indonesia.



Channel televisi yang menayangkan *anime* Doraemon di negara-negara lain di luar Jepang:¹

Channel	Country
Cartoon Network/Toonami	Australia
Rede Manchete	Brazil
Chilevisión and Etc...TV	Chile
Ecuavisa	Ecuador
TF1 and Jetix	France
TVB Jade	Hong Kong
CCTV	China
Hungama TV	India
RCTI	Indonesia
RTÉ Two	Ireland
Jetix	Israel
Mediaset Italia1	Italy
NTV7,RTM1 (formerly)	Malaysia
Cartoon Network and Canal 5	Mexico
MBC	Middle East
Jetix	Netherlands
TV2 and Jetix	Norway
Red Global	Peru
GMA-7	Philippines

¹ <http://tripatlas.com/Doraemon>



Polsat, TV4 and Jetix	Poland
Canal Panda	Portugal
Channel 8	Singapore
Telemadrid	Community of Madrid
C33	Catalonia
Canal 2 Andalucía	Andalusia
ETB 1	Basque Country
TVV (Canal 9 and Punt 2)	Valencian Community
TV4 and Jetix	Sweden
CTS, GTV	Taiwan
MCOT	Thailand
Toonami, Cartoon Network, Sky One and Sky Two	United Kingdom
MBC, CHAMP	S.Korea