

**KOLABORASI AKTIF JEPANG MELALUI COSPLAY: STUDI KASUS WORLD
COSPLAY SUMMIT TAHUN 2006-2019**

SKRIPSI



Oleh :

ANJALI NEYSA AULIA

20323154

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA**

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

**KOLABORASI AKTIF JEPANG MELALUI COSPLAY: STUDI KASUS WORLD
COSPLAY SUMMIT TAHUN 2006-2019**

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi sebagian dari syarat guna memperoleh
Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Oleh:

ANJALI NEYSA AULIA

20323154

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

**Kolaborasi Aktif Jepang Melalui Cosplay: Studi Kasus World Cosplay Summit
2006-2019**

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat dalam memperoleh
derajat Sarjana SI Hubungan Internasional



Mengesahkan

Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Ketua Program Studi



Karina
Karina Utami Dewi, S.I.P., M.A.

Dewan Penguji

- 1 Mohamad Rezky Utama, S.I.P., M.Si.
- 2 Enggar Furi Herdianto, S.I.P., M.A.
- 3 Rizki Dian Nursita, S.I.P., M.H.I.

Tanda Tangan

[Handwritten signatures of the three members of the examination board]

PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dengan ini saya menyatakan bahwa proposal skripsi ini adalah hasil karya ilmiah independen saya sendiri, dan bahwa semua materi dari karya orang lain (dalam buku, artikel, esai, disertasi, dan di internet) telah dinyatakan, serta kutipan dan parafrase diindikasikan dengan jelas.

Tidak ada materi selain yang digunakan selain yang termuat. Saya telah membaca dan memahami peraturan dan prosedur universitas terkait plagiarisme.

Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

Yogyakarta, 19 Agustus 2024



ANJALI NEYSA AULIA

HALAMAN PERSEMBAHAN

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdulillah rabbil 'alamin

Karya Sederhana Ini Penulis Persembahkan Untuk :

Kedua Orang Tua

Ayah dan Ibu, terima kasih atas kasih sayang, doa, dukungan, dan pengorbanan yang tiada henti.
Tanpa kalian, saya tidak akan sampai di titik ini.

Saudara-Saudara & Keluarga Besar

Terima kasih atas semangat, canda tawa, dukungan dan dorongan yang selalu diberikan.

Teman-Teman Penulis

Terima kasih atas persahabatan, kebersamaan, dan dukungan yang selalu menguatkan dalam setiap langkah perjalanan ini.

Diri Sendiri

Terimakasih telah sampai di titik ini, tidak menyerah dan terus berjalan kedepan walaupun diterjang berbagai badai yang ada.

HALAMAN MOTTO

"Barangsiapa Yang Bersabar, Maka Allah Akan Memberikan Jalan Keluar."

-Al-Quran, Surah Al-Baqarah, 2:155-

"Bersemangatlal Atas Hal-Hal Yang Bermanfaat Bagimu. Minta Tolonglah Kepada Allah,
Jangan Engkau Lemah."

-HR. Muslim-

"Finding More Fallen Out Hair On Your Pillow, Watching Your Favorite Stuffed Bread
Disappear From Convenience Stores... The Accumulation Of Those Little Despairs Is What
Makes A Person An Adult."

-Kento Nanami-

"I Must Go On Living. And, Though It May Be Childish Of Me, I Can't Go On In Simple
Compliance. From Now On, I Must Struggle With The World."

-Dazai Osamu-

"It Izz What It Izzzzzz"

-Unknown-

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Kolaborasi Aktif Jepang Melalui Cosplay: Studi Kasus World Cosplay Summit 2006-2019” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) di Fakultas Hubungan Internasional, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Mama, Papa, Kak Andi, Kak Wik serta keluarga besar yang saya cintai dan sayangi. Terima kasih atas doa, semangat serta dukungan yang telah diberikan kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Almarhumah Mbah, yang sangat saya cintai dan saya sayangi. Terima kasih atas doa dan dukungan yang diberikan. Maaf jika tidak bisa menepati janji untuk foto bersama saat wisuda nanti. Terima kasih banyak.
3. Mas Mohamad Rezky Utama, S.IP., M.Si. selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi kepada penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
4. Miss Alfredha Shinta Putri, S.IP., M.H.I. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Miss Karina Utami Dewi, S.IP., M.A. selaku Ketua Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
6. Seluruh Dosen Prodi Hubungan Internasional yang telah memberikan ilmu, dukungan, nasihat serta pembelajaran yang sangat banyak kepada saya. Saya ucapkan terima kasih dari hati yang paling dalam.

7. Kepada anggota grup ‘BPNOM GROUP’ yang nama grupnya selalu berganti sesuai mood, Gita Amalia dan Marianka Widya Fauziyyah. Terima kasih telah menjadi teman, sahabat dan keluarga bagi saya. Terima kasih telah mendukung, mendoakan dan tetap terus berada di sisi saya hingga saat ini. Terima kasih banyak.
8. Kepada Anggota grup “SunKesNu In A Nutshell”, Mbak Lilis dan Kesik. Terimakasih telah menjadi penyemangat di hidup saya serta menjadi keluarga saya.
9. Kepada teman teman cosplayer saya, Gitta Hassania Kramawardhani, Taiki Theo, Kak Felix dan teman teman cosplayer lainnya, terimakasih telah menjadi inspirasi saya untuk membuat skripsi ini.
10. Kepada Kak Gita, Prima, Salsa, Pudan, Anggie dan teman-teman Kost Griya Murya lainnya, terima kasih telah mendengarkan keluh-kesah saya selama ini. Terima kasih atas doa serta dukungan yang telah diberikan kepada saya.
11. Kepada teman-teman saya lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, Terima kasih banyak atas dukungan yang telah diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung.
12. Kepada diri saya sendiri, Anjali Neysa Aulia. Terima kasih untuk tetap berjuang hingga detik ini. Terima kasih untuk tidak larut dalam kesedihan dan badai yang selalu datang. Terima kasih untuk tetap berdiri disini walaupun kakimu terasa ditarik untuk jatuh oleh ekspektasimu sendiri. Terima banyak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Yogyakarta, 23 Agustus 2024

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Cakupan penelitian.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka.....	8
1.6 Kerangka Pemikiran.....	10
1.7 Argumen Sementara.....	16
1.8 Metode Penelitian.....	17
1.8.1 <i>Jenis Penelitian</i>	17
1.8.2 <i>Subjek dan Objek Penelitian</i>	18
1.8.3 <i>Metode Pengumpulan Data</i>	18
1.8.4 <i>Proses Penelitian</i>	18
1.9 Sistematika Pembahasan.....	18
BAB 2 KEMENTERIAN LUAR NEGERI JEPANG DAN WORLD COSPLAY SUMMIT	20
2.1. Kementerian Luar Negeri Jepang dan World Cosplay Summit.....	20
2.2 World Cosplay Summit.....	23

2.3 World Cosplay Championship.....	26
BAB 3 ANALISIS DIPLOMASI PUBLIK MELALUI TEORI ACTIVE COLLABORATION OLEH GEUN LEE DAN KADIR AYHAN.....	32
3.1. Aktor Non-Negara dan Negara Memiliki Tujuan yang Sama.....	32
3.2 Negara Mengajukan Kolaborasi Kepada Aktor Non-Negara.....	36
3.3 Dukungan yang Diberikan Oleh Kementerian Luar Negeri Jepang.....	41
BAB 4 PENUTUP.....	45
4.1. Kesimpulan.....	45
4.2 Rekomendasi.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50

DAFTAR TABEL

Table 1.1.1 Daftar negara yang mengikuti WCS 2019.....	3
Tabel 1.6.1 Aktor Non-Negara dalam diplomasi publik yang bersifat Relasional, Berjejaring (<i>Networked</i>) dan Kolaboratif (<i>adapted from</i> (Ayhan, <i>forthcoming</i>)).....	12
Table 1.6.2 Tipologi kolaborasi antara negara dan aktor non-negara.....	13

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.1 Karakter Nanami Kento dari serial <i>anime</i> dan <i>manga</i> ‘Jujutsu Kaisen’ serta <i>Cosplayer</i> Taiki Theo, salah satu <i>cosplayer</i> Indonesia.....	22
Gambar 2.3.1 Grand Champion WCC 2016, Tim Indonesia	28

DAFTAR SINGKATAN

WCS : *World Cosplay Summit*

WCC : *World Cosplay Championship*

J-Pop : *Japanese Pop*

MOFA : *Ministry of Foreign Affairs*

MLIT : *Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism*

METI : *Ministry of Economy, Trade and Industry*

ABSTRAK

Cosplay merupakan salah satu *pop-culture* Jepang yang saat ini cukup populer di kalangan anak muda di seluruh dunia. Melihat kesempatan ini Pemerintah Jepang memutuskan untuk menjadikan *cosplay* sebagai salah satu sarana diplomasi publik mereka. Contohnya adalah World Cosplay Summit (WCS), sebuah acara *cosplay* tahunan yang diadakan di kota Nagoya Jepang. Pemerintah Jepang bekerja sama dengan WCS untuk melakukan diplomasi publik mereka. Penelitian ini menganalisis diplomasi publik Jepang melalui World Cosplay Summit (WCS) pada tahun 2006-2019, dengan menggunakan teori kolaborasi aktif (*active collaboration*) dari Geun Lee dan Kadir Ayhan. WCS berfungsi sebagai alat promosi budaya Jepang terutama budaya populer mereka. Selain itu, WCS juga berfungsi sebagai platform untuk memperkenalkan budaya populer Jepang ke masyarakat internasional, mendukung pertukaran budaya dan memperkuat citra positif Jepang di dunia. Keterlibatan Kementerian Luar Negeri Jepang dalam acara ini mencerminkan strategi diplomasi publik yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan internasional dan mempromosikan pariwisata. Penelitian ini mengevaluasi dampak ekonomi dan sosial WCS, khususnya di Kota Nagoya, serta keberhasilan inisiatif ini dalam memperkuat hubungan internasional Jepang dengan negara anggota WCS.

Kata-kata kunci: Diplomasi Publik, Active Collaboration, World Cosplay Summit, Kementerian Luar Negeri Jepang.

ABSTRACT

Cosplay is one of the Japanese pop-cultures that is currently quite popular among young people around the world. Seeing this opportunity, the Japanese government decided to make Cosplay as one of their public diplomacy tools. An example is the World Cosplay Summit (WCS), an annual cosplay event held in the city of Nagoya, Japan. The Japanese government collaborates with WCS to conduct their public diplomacy. This research analyzes Japan's public diplomacy through the World Cosplay Summit (WCS) in 2006-2019, using Geun Lee and Kadir Ayhan's active collaboration theory. WCS serves as a promotional tool for Japanese culture, especially their popular culture. In addition, WCS also serves as a platform to introduce Japanese popular culture to the international community, supporting cultural exchange and strengthening Japan's positive image in the world. The Japanese Ministry of Foreign Affairs' involvement in this event reflects a public diplomacy strategy aimed at improving international relations and promoting tourism. This research evaluates the economic and social impact of the WCS, particularly in Nagoya City, as well as the success of this initiative in strengthening Japan's international relations with WCS member countries.

Keywords: Public Diplomacy, Active Collaboration, World Cosplay Summit, Ministry of Foreign Affairs of Japan.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Diplomasi publik adalah sebuah alat yang digunakan oleh aktor negara dan non-negara untuk tujuan seperti advokasi, pengaruh, penetapan agenda, dan mobilisasi; memperkuat tujuan kebijakan luar negeri lainnya; promosi dan prestise; mengoreksi kesalahan persepsi; dialog dan saling pengertian; dan harmoni berdasarkan nilai-nilai universal (Lee and Ayhan 2015). Diplomasi publik juga merupakan sebuah strategi yang digunakan oleh negara untuk memperkuat citra dan pengaruhnya di kancah internasional melalui interaksi langsung dengan masyarakat internasional. Pada abad ke 20, Kementerian Luar Negeri Jepang telah mengadopsi strategi ini dengan memanfaatkan budaya-budayanya terutama budaya populer mereka yaitu *cosplay*. *Cosplay* digunakan sebagai alat untuk menjalin hubungan diplomatik yang lebih erat dan memperkuat citra positif Jepang di mata dunia (Ministry of Foreign Affair of Japan 2022).

Istilah *cosplay* pertama kali muncul pada sebuah artikel yang ditulis oleh Nobuyuki Takashi dalam ‘*My Anime Magazine*’ edisi bulan Juni tahun 1983 dan dengan cepat menjadi populer dikalangan *anime* dan *manga* (Hoff 2012). *Cosplay* merupakan singkatan *kosupure* yang merupakan kombinasi kata-kata dalam bahasa Jepang yaitu *costume* (コス) dan *play* (プレイ) (Lotecki 2012). *Cosplay* adalah sebuah hobi mengenakan kostum dan aksesoris semirip mungkin dengan karakter fiksi dari *manga*, *anime* ataupun *game*. Fenomena ini telah menyebar secara luas dan menarik jutaan penggemar dari seluruh dunia. Negara Jepang, sebagai tempat kelahiran *cosplay* menggunakan fenomena ini untuk memperkuat *soft power*

mereka melalui acara dengan skala internasional seperti World Cosplay Summit (WCS) (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2022).

Aktor non-negara sangat penting bagi diplomasi publik suatu negara. Menurut Lee dan Ayhan (2015) hal ini disebabkan karena aktor non-negara memiliki citra yang lebih netral dibandingkan dengan pemerintah. Karena mereka tidak selalu dianggap memiliki kepentingan politik tertentu, aktor-aktor ini lebih dipercaya oleh masyarakat lokal di berbagai negara. Netralitas dan kredibilitas ini membuat pesan diplomasi lebih mudah diterima dan memiliki dampak yang lebih besar. Aktor non-negara juga memiliki kemampuan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat atau komunitas lokal. Hubungan yang terjalin melalui pendekatan berbasis komunitas dan partisipasi publik ini sering kali lebih berkelanjutan dibandingkan dengan diplomasi langsung yang dilakukan oleh negara. Ini sesuai dengan pendekatan relasional dalam diplomasi publik, yang menekankan pada pengelolaan hubungan yang dibangun di atas rasa saling percaya dan pemahaman bersama. Selain itu, aktor non-negara cenderung lebih fleksibel dan inovatif dalam menjalankan diplomasi publik. Mereka dapat dengan cepat menyesuaikan strategi dan program mereka berdasarkan kebutuhan lokal dan kondisi global yang dinamis. Hal ini memungkinkan diplomasi publik menjadi lebih responsif dan relevan dalam menghadapi tantangan modern.

Salah satu contoh aktor non-negara yang bekerja sama dengan pemerintah Jepang adalah Komite Eksekutif World Cosplay Summit, yang acaranya juga digunakan oleh Kementerian Luar Negeri Jepang sebagai salah satu alat diplomasi publik Jepang, yakni World Cosplay Summit. World Cosplay Summit (WCS) pertama kali diadakan pada tahun 2003 oleh stasiun TV Aichi, sebuah stasiun televisi lokal di Kota Nagoya, Jepang. Acara ini awalnya

merupakan sebuah segmen pameran *cosplay* yang hanya berisi diskusi panel serta sesi foto. Acara ini kemudian berkembang untuk mengumpulkan *cosplayer* (orang yang melakukan *cosplay*) dari berbagai negara untuk berkompetisi dan merayakan budaya populer Jepang yaitu *cosplay*. Sejak saat itu, *cosplay* juga berkembang menjadi acara tahunan yang telah dihadiri oleh ribuan peserta, pengunjung serta penggemar dari seluruh dunia (World Cosplay Summit 2022). Pada tahun 2010, WCS kembali digelar dengan partisipasi internasional yang semakin meningkat yang kemudian menegaskan pentingnya acara ini dalam diplomasi publik Jepang. Pada tahun 2019, ada sebanyak 40 negara yang ikut dalam acara ini. Berikut merupakan nama-nama negara yang akan mengikuti World Cosplay Summit pada tahun 2019.

Tabel 1.1.1 Daftar negara yang mengikuti WCS 2019

Negara yang Mengikuti WCS 2019			
Australia	Austria	Belgium	Brazil
Canada	Chile	China	Colombia
Costa Rica	Czech Republic	Denmark	Egypt
Finland	France	Germany	Hong Kong
Hungary	India	Indonesia	Italy
Japan	Kuwait	Malaysia	Mexico
Myanmar	Netherlands	New Zealand	Nigeria
Philippines	Portugal	Puerto Rico	Romania
Saudi Arabia	Singapore	South Korea	Spain
Sweden	Switzerland	Thailand	USA

Sumber: World Cosplay Summit 2019

Salah satu tujuan utama dari WCS adalah untuk mempromosikan budaya populer Jepang ke kancah internasional. Acara tahunan ini menampilkan berbagai macam elemen budaya populer Jepang. Beberapa budaya populer Jepang yang cukup terkenal di seluruh dunia musik *J-pop*, *manga* dan *Anime*. Beberapa budaya populer ini kemudian menjadi daya tarik utama bagi penggemar internasional. Melalui WCS, Jepang dapat memperkenalkan aspek-aspek budaya populer mereka yang unik dan menarik yang juga dapat membantu meningkatkan citra positif negara Jepang di mata dunia. Promosi budaya populer Jepang melalui WCS juga mencakup berbagai kegiatan pendukung seperti pameran, lokakarya, pertunjukan langsung serta perlombaan yang memberikan kesempatan kepada peserta, penggemar dan pengunjung untuk lebih mengenal dan memahami budaya Jepang, termasuk budaya populer Jepang (World Cosplay Summit 2008). Kementerian Luar Negeri Jepang (MOFA) memainkan peran penting dalam mendukung dan mempromosikan WCS sebagai salah satu alat diplomasi publik negara Jepang. Kementerian Luar Negeri Jepang memberikan dukungan dalam berbagai bentuk, termasuk bantuan logistik, promosi internasional, dan penyediaan penghargaan seperti Foreign Minister's Prize. Dukungan ini menunjukkan komitmen pemerintah Jepang untuk menggunakan budaya populer Jepang sebagai alat diplomasi yang efektif (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2023).

Jepang menggunakan WCS sebagai alat *soft power* untuk membangun citra positif dan memperkuat hubungan internasional. Menurut Lee (2009) *soft power* adalah kemampuan suatu negara untuk mempengaruhi negara lain melalui daya tarik budaya, nilai-nilai dan kebijakan yang dianggap positif, tanpa harus menggunakan paksaan. Lee juga menekankan bahwa *soft power* harus diimplementasikan melalui sosialisasi dan interaksi yang harmonis,

sehingga negara penerima merasa terhubung secara emosional dan intelektual dengan negara yang mempraktekannya. Dalam konteks WCS, Jepang memanfaatkan daya tarik budaya populernya untuk menciptakan hubungan yang lebih erat dengan negara yang mengikuti acara ini dan meningkatkan pengaruhnya di kancah internasional. Melalui WCS, Kementerian Luar Negeri Jepang dapat menunjukkan kreativitas, inovasi dan keunikan budaya populernya. Acara ini juga menciptakan platform bagi bagi para *cosplayer*, penggemar dan juga pengunjung untuk berinteraksi dan bertukar budaya yang akan memperkuat hubungan antar budaya dan memperkuat diplomasi budaya Jepang (World Cosplay Summit 2023).

Penyelenggaraan WCS di Nagoya juga memberikan dampak ekonomi yang signifikan melalui peningkatan jumlah wisatawan domestik maupun internasional. Acara ini setiap tiap tahunnya menarik setidaknya lebih dari 200.000 orang dari seluruh dunia berkumpul di Kota Nagoya (Ohtani 2023). Para pengunjung ini kemudian mendorong konsumsi lokal dan meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata, perhotelan dan kuliner. Selain itu, WCS Juga menciptakan peluang kerja dan menghidupkan sektor ekonomi kreatif di Nagoya. Menurut Japan Tourism Marketing Co (2024), jumlah wisatawan yang mengunjungi Nagoya selama musim panas, termasuk saat WCS berlangsung mengalami peningkatan yang signifikan. Acara ini tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tapi juga memperpanjang masa tinggal mereka yang kemudian hal ini dapat berkontribusi kepada peningkatan pengeluaran mereka di kota tersebut.

WCS menciptakan kesempatan untuk kolaborasi internasional dan pertukaran budaya antara Jepang dan negara-negara yang mengikuti acara ini. Partisipasi dari berbagai Negara

dalam WCS tidak hanya memperkaya acara ini dengan berbagai budaya, tetapi juga memperkuat hubungan diplomatik antara Jepang dengan negara-negara peserta WCS. Pertukaran budaya ini memungkinkan para peserta untuk belajar tentang budaya satu sama lain dan membangun hubungan yang lebih erat lagi (World Cosplay Summit 2023). Dengan ini, WCS juga dapat menciptakan jaringan global dengan para *cosplayer* dan penggemar budaya populer Jepang yang dapat memperluas jangkauan diplomasi politik. Karena itu, melalui acara ini Kementerian Luar Negeri Jepang dapat mempromosikan nilai-nilai budaya dan kreatifnya kepada masyarakat internasional, meningkatkan pemahaman serta apresiasi terhadap budaya Jepang terkhususnya budaya populer Jepang.

World Cosplay Summit 2006-2019 adalah contoh yang kuat dari bagaimana Pemerintah Jepang menggunakan budaya populer sebagai alat diplomasi publik mereka. Dengan berkolaborasi dengan Kementerian Luar Negeri Jepang, WCS tidak hanya mempromosikan budaya populer Jepang, tetapi juga memperkuat hubungan internasional melalui pertukaran budaya dan soft power. Dampak ekonomi dan pariwisata yang signifikan dari acara ini menunjukkan betapa pentingnya WCS dalam memperkuat citra positif Jepang di mata dunia. Melalui WCS, Jepang terus menunjukkan kepemimpinannya dalam budaya populer global dan memperluas pengaruh diplomasi publik mereka. Maka dari itu, hal ini membawa penulis untuk membedah topik tentang ‘Diplomasi Publik Jepang Melalui Cosplay: Studi Kasus World Cosplay Summit Tahun 2006-2019’.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana kolaborasi Kementerian Luar Negeri Jepang dengan World Cosplay Summit dalam diplomasi publik pada tahun 2006-2019?

1.3 Tujuan penulisan

Sebagaimana yang dituliskan di latar belakang di atas, tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kolaborasi pemerintah Jepang dengan sebuah acara *cosplay* yang dilakukan setiap satu tahun sekali yaitu, World Cosplay Summit pada tahun 2006-2019 melalui teori active collaboration oleh Geun Lee dan Kadir Ayhan.

1.4 Cakupan Penelitian

Jepang memiliki berbagai macam cara dalam berdiplomasi, salah satunya adalah diplomasi publik melalui *cosplay*. Batasan waktu dalam penelitian ini pada tahun 2006-2019 karena pada tahun 2006 merupakan tahun dimana Kementerian Luar Negeri Jepang mengajukan kolaborasi bersama Komite Eksekutif WCS untuk mendukung serta menjadikan WCS sebagai sarana dan alat diplomasi Publik Jepang. Dan pada tahun 2019 merupakan tahun dengan partisipasi negara terbanyak pada acara ini. Selain itu pada tahun ini merupakan tahun terakhir WCS dilaksanakan secara *offline* sebelum terjadinya pandemi covid-19 yang menyebabkan acara ini diadakan secara online. Pemerintah Jepang mulai melihat adanya potensi yang besar dalam memperkenalkan Jepang melalui diplomasi publik secara internasional sehingga pemerintah Jepang mulai mendukung secara penuh acara World Cosplay Summit. Oleh karena itu, akan dilihat bagaimana pemerintah Jepang mendukung WCS sebagai diplomasi publik Jepang menuju kancah internasional pada tahun 2023.

1.5 Tinjauan Pustaka

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang telah penulis jadikan tinjauan dalam penelitian skripsi ini, dari beberapa jurnal yang telah penulis temukan.

Wardana, Fasisaka dan dewi (2015) menjelaskan dalam penelitiannya yang berjudul ‘Penggunaan Budaya Populer dalam Diplomasi Budaya Jepang Melalui World Cosplay Summit’ bahwa Pemerintah Jepang menggunakan kegiatan diplomasi budaya Jepang yang menggunakan budaya populer Jepang untuk memperkuat citra positif Jepang melalui acara World Cosplay Summit yang diadakan di Nagoya pada tahun 2003-2014 dengan merujuk ke elemen dari konsep mata uang soft power. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah dalam penelitian ini, jurnal tersebut menggunakan diplomasi budaya Jepang, sedangkan penulis menggunakan diplomasi publik dengan topologi *active collaboration*.

Rahmawati dan Indrawati (2022) menjelaskan juga dalam penelitian mereka yang berjudul ‘Peran Diplomasi Kebudayaan Jepang Dalam Perkembangan Perekonomian Jepang Melalui JAK Japan Matsuri Di Indonesia Pada Tahun 2017-2019’ bahwa Jepang memiliki daya tarik yang unik dibandingkan dengan negara di Asia karena Jepang menggunakan budaya populer sebagai sebuah bentuk diplomasi seperti *festival* yang dibentuk oleh warga Jepang yang tinggal di Indonesia, JAK Japan Matsuri.

Dalam penelitian Erwindo (2018) yang berjudul ‘Efektivitas Diplomasi Budaya Dalam Penyebaran Anime Dan Manga Sebagai Nation Branding Jepang’ beliau menjelaskan tentang usaha pemerintah Jepang dalam menggunakan *anime* dan *manga* dalam diplomasi budaya

serta untuk mencapai *nation branding* Jepang. Penelitian ini juga menjelaskan tentang bagaimana efektifitas dari penggunaan *anime* dan *manga* ini digunakan sebagai *nation branding*. Penelitian ini menggunakan *anime* dan *manga* dalam diplomasi budayanya, sedangkan penelitian ini, penulis menggunakan WCS dalam diplomasi budaya.

Di lain sisi, dalam buku yang berjudul ‘Introducing Japanese Popular Culture’ pada bab 13 (2023), King menjelaskan tentang pengenalan singkat tentang *cosplay* menggunakan model kompetisi internasional dan *cosplay* sandiwara yang dipamerkan di World Cosplay Summit. Selain itu, bab ini juga mengacu pada pengalaman pribadi beliau sebagai sukarelawan di acara World Cosplay Summit pada tahun 2017, 2018, 2019, dan 2021 serta bagaimana acara ini menyatukan orang-orang dari berbagai latar belakang yang merupakan penggemar *cosplay* dan budaya populer Jepang, dan tindakan *cosplay* menjadi sarana komunikasi yang melampaui batas bahasa dan lainnya (Freedman 2023).

Ditemukan dalam jurnal yang ditulis oleh Laras, Fathun dan Sindy (2020) dengan judul ‘Japanese Public Diplomation In Changing Nation Branding Through The Nihongo Partners Program In Indonesia, 2014-2019’ yang menggunakan metode metodologi penelitian kualitatif yaitu menggunakan jenis penelitian *explanatory* yang merupakan suatu cara menganalisis mengapa suatu situasi ada dalam suatu masalah dalam suatu penelitian yang terjadi diidentifikasi sebagai *explanatory research*. Jurnal ini juga menggunakan teori diplomasi publik dalam menganalisis penelitian ini. Penelitian ini juga menjelaskan tentang strategi yang dilakukan Jepang dengan menggunakan diplomasi publik dengan Indonesia yang disebabkan karena sempat merenggangnya hubungan Jepang dengan negara-negara di kawasan Asia Tenggara, salah satunya adalah Indonesia.

Dalam penelitian Rudiawan (2022) yang berjudul ‘Diplomasi Kebudayaan Jepang di Indonesia melalui Japan Cultural Weeks 2021 oleh Japan Foundation Jakarta’, jurnal tersebut menjelaskan tentang pelaksanaan diplomasi budaya melalui inovasi Japan Cultural Weeks 2021 oleh Japan Foundation Jakarta selama masa pandemi di Indonesia. Selain itu dijelaskan juga menjelaskan tentang mengenai penerapan Tiga Prinsip Dasar diplomasi kebudayaan Jepang yaitu Penyebaran atau *Transmission*, Penerimaan atau *Acceptance* dan Koeksistensi atau *Coexistence* dalam Japan Cultural Weeks 2021. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa Japan Foundation Jakarta telah berhasil mengenalkan budaya Jepang melalui *Japan Cultural Weeks 2021* yang diadakan secara daring karena pandemi *Covid-19*.

Berdasarkan hasil tinjauan literatur di atas, penulis melihat bahwa diplomasi publik Jepang melalui mulai banyak dilakukan di era modern ini. Terdapat perbedaan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian sebelumnya, di mana penulis ingin menganalisis diplomasi publik yang dilakukan Jepang melalui World Cosplay summit dengan menggunakan Teori Diplomasi Publik dan Tipologi Kolaborasi Aktif (*Active Collaboration*) dari Geun Lee dan Kadir Ayhan. Berdasarkan teori ini, penulis akan mencoba menyandingkannya dengan studi kasus World Cosplay Summit tahun 2006-2019.

1.6 Kerangka Pemikiran

Untuk menjawab rumusan masalah, penulis akan menggunakan Teori Diplomasi Publik. Menurut Geun Lee dan Kadir Ayhan (2015), diplomasi publik adalah sebuah alat yang digunakan oleh aktor negara dan non-negara untuk tujuan seperti advokasi, pengaruh, penetapan agenda, dan mobilisasi; memperkuat tujuan kebijakan luar negeri lainnya; promosi dan prestise; mengoreksi kesalahan persepsi; dialog dan saling pengertian; dan harmoni

berdasarkan nilai-nilai universal. Dalam jurnal milik Geun Lee dan Kadir Ayhan (2015), diplomasi publik memiliki tiga pendekatan. Tiga pendekatan ini adalah Relasional, Berjejaring (*Networked*) dan Kolaboratif. Pendekatan relasional didasarkan pada teori hubungan masyarakat (*public relations*) dan teori dialog. Fokus utamanya adalah pada pembangunan hubungan jangka panjang dengan publik melalui komunikasi dua arah yang simetris. Pendekatan ini menekankan pentingnya kepercayaan, saling pengertian, dan komunikasi berkelanjutan dalam diplomasi publik. Tujuannya bukan hanya untuk menyampaikan pesan, tetapi juga untuk mendengarkan dan memahami perspektif publik secara aktif. Dengan demikian, publik dipandang sebagai mitra aktif, bukan sekadar target audiens.

Pendekatan kedua adalah pendekatan berjejaring (*Networked*). Pendekatan ini berakar pada teori jejaring sosial yang relevan dalam lingkungan diplomasi publik yang kompleks. Diplomasi publik dipandang sebagai proses yang terjadi dalam jaringan sosial yang dinamis, di mana aktor-aktor terhubung dan saling memengaruhi. Pendekatan ini memetakan hubungan dalam jaringan, mengidentifikasi peran dan pengaruh aktor-aktor kunci, serta memahami bagaimana interaksi dalam jaringan tersebut mempengaruhi hasil diplomasi. Pentingnya memahami pola hubungan dan interaksi antar aktor menjadi kunci dalam pendekatan ini. Dan pendekatan yang terakhir adalah pendekatan kolaboratif. Pendekatan ini mengacu pada studi tentang sektor non-negara. Dalam pendekatan ini, aktor non-negara, seperti organisasi masyarakat sipil, memainkan peran penting dalam diplomasi publik. Mereka dianggap lebih netral dan memiliki kredibilitas yang lebih tinggi dalam membangun hubungan jangka panjang di lapangan. Kolaborasi antara negara dan aktor non-negara

memungkinkan terciptanya hubungan yang lebih berkelanjutan dan kredibel dalam diplomasi publik. Pendekatan ini menekankan perlunya kolaborasi lintas sektor untuk mencapai tujuan bersama (Lee and Ayhan 2015).

Tabel 1.6.1 Aktor Non-Negara dalam diplomasi publik yang bersifat Relasional, Berjejaring (*Networked*) dan Kolaboratif (*adapted from (Ayhan, forthcoming)*)

	Issue	Collaborative Approach		
		State's weaknesses	Non-state actors' advantages	Related non-state actors
Relational approaches	Relationship building	Lack of long-term vision Public skepticism Maintenance costs Symbolic relationships	Long-term vision Neutrality Credibility Behavioral relationships	On-the-ground Local knowledge Long-term-focused
	Mutuality & symmetrical	Asymmetrical Self-interests	Symmetrical Mutual interests	Collaborating with stakeholders Mutual interests Action-oriented
Networked approaches	Credibility	Public skepticism Self-interests Limited social capital	Neutrality/ universality Credibility Social capital	High density (high social capital) Credible (trusted)
	Reach	Limited reach Limited resources/ knowledge	Bridging Spanning structural (or cultural) holes	High centrality
	Resources	Limited resources Bureaucracy	Expertise Know-how Flexibility	Specialization (know-how)

Sumber: Lee and Ayhan (2015)

Dalam pendekatan kolaboratif ini, terdapat dua tipologi. Kedua tipologi ini berdasar pada dua dimensi, yaitu tujuan siapa yang diprioritaskan dalam kerja sama tersebut dan siapa yang mengusulkan kerja samanya.

Tabel 1.6.2 Tipologi kolaborasi antara negara dan aktor non-negara

		Proposal collaboration by	
		State	Non-state actors
Main objectives of	State	Active contractor (outsourcer)	Passive contractor (outsourcer)
	Non-states actors	Active collaboration	Passive collaboration

Sumber: Lee and Ayhan (2015)

Dalam tabel milik Lee dan Ayhan di atas dijelaskan bahwa tujuan (*main objective*) dibagi menjadi dua yaitu tujuan negara yang diprioritaskan dan tujuan aktor non-negara yang diprioritaskan. Sama halnya dengan tujuan, usulan kerja sama (*proposal collaboration*) juga dibagi menjadi dua yaitu negara yang pertama kali mengusulkan kerja sama atau aktor-non negara yang mengusulkan kerja sama pertama kali. Jika tujuan negara diprioritaskan, maka aktor non-negara bertindak sebagai kontraktor (*outsourcing*) untuk inisiatif diplomasi publik negara tersebut. Dalam hal ini, lembaga negara telah membuat sebuah pedoman untuk sebuah proyek khusus dan meminta aktor non-negara untuk melamar proyek tersebut. Jenis kolaborasi ini adalah ‘kontraktor pasif’ (*passive contractor*) karena aktor negara menanti lamaran proyek dari aktor non-pemerintah dan tidak mencari sendiri mitra kerja samanya.

Namun, jika ada inisiatif negara yang membutuhkan partisipasi aktor non-negara dan lembaga negara dapat secara alternatif mencari aktor non-negara yang telah melakukan kegiatan yang serupa untuk tujuan yang sama dan berpotensi membawa hasil terbaik maka, kolaborasi ini disebut sebagai ‘kontraktor aktif’ (*active contractor*). Hal ini dikarenakan lembaga dapat secara aktif mencari mitra kerja samanya (Lee and Ayhan 2015).

Jika tujuan aktor non-negara diprioritaskan, hal ini disebut sebagai kolaborasi dalam tipologi. Dalam hal ini kolaborasi dalam publik diplomasi adalah upaya kerja sama antar aktor negara maupun non-negara melalui berbagai cara seperti pertukaran budaya. Ketika lembaga negara membuka saluran bagi aktor non-negara untuk mendekati kolaborasi dengan inisiatif mereka sendiri, ini disebut sebagai ‘kolaborasi pasif’ (*passive collaboration*). Di sisi lain, lembaga negara juga dapat mencari aktor non-negara yang kegiatan dan kepentingannya sejalan dengan tujuan diplomasi publik negara tersebut. Dalam kolaborasi ini negara yang mengusulkan kolaborasi dengan aktor non-negara tersebut. Atau dengan kata lain aktor non-negara dapat melakukan kegiatan serta kepentingan mereka dengan dukungan lembaga negara. Kolaborasi ini dinamakan sebagai ‘kolaborasi aktif’ (*active collaboration*) karena negara dengan aktif mencari mitra kerja sama. Misalnya, aktor non-negara melakukan suatu program untuk mempromosikan budaya negara asalnya sendiri. Lembaga negara tidak akan menunggu permohonan dari aktor non-negara ini, melainkan mengusulkan kolaborasi terlebih dahulu untuk mendukung proyek secara finansial, logistik, atau dengan menambah nilai proyek dengan cara lain. Namun, kembali lagi kepada aktor non-negara untuk menerima kolaborasi ini atau tidak dengan mempertimbangkan keuntungan dan kerugiannya. Aktor

non-negara dapat memutuskan untuk tidak berkolaborasi dengan negara karena tanggung jawab terhadap konstituennya, dan masalah independensi (Lee and Ayhan 2015).

Menurut Lee dan Ayhan (2015), kolaborasi aktif sangat penting bagi inisiatif diplomasi publik kolaboratif karena beberapa aktor non-negara menahan diri untuk tidak mengambil langkah pertama dalam mendekati lembaga-lembaga negara karena masalah independensi dan akuntabilitas konstituennya. Untuk mewujudkan kolaborasi yang lebih efektif, kolaborasi harus diawali dengan minat dan tujuan yang serupa. Bagi aktor non-negara, mempertahankan tujuan utama mereka selama berkolaborasi dengan negara berarti mempertahankan identitas mereka sebagai aktor non negara. Berdasarkan pengamatan, biasanya usulan kolaborasi lebih sering datang dari sektor non-negara (pasif) daripada lembaga negara (aktif). Ini bisa terjadi karena negara lebih berkuasa dan mengendalikan lebih banyak sumber daya yang tidak dimiliki dan dibutuhkan oleh aktor non-negara, maka biasanya aktor non-negara lah yang harus meyakinkan lembaga negara untuk berkolaborasi. Kolaborasi dengan aktor non-negara yang akan terus melakukan apa yang mereka lakukan secara efektif di lapangan menyebabkan lembaga-lembaga negara tidak perlu khawatir apakah kepentingannya akan terancam dengan jenis kolaborasi ini. Namun, tidak ada jaminan bahwa semua aktor non-negara akan menyambut baik kolaborasi dengan negara. Beberapa aktor non-negara dapat menghindari pendekatan dengan lembaga negara terlebih dahulu karena menjaga identitas mereka, sementara beberapa aktor non-negara lainnya bahkan dapat menutup diri meskipun proposal kolaborasi datang dari lembaga negara karena akuntabilitas konstituennya dan prinsip independensi mereka yang ketat.

Dari tipologi-tipologi di atas, penulis akan menggunakan tipologi kolaborasi aktif (*active collaboration*) dalam menganalisis tulisan ini. Hal ini dikarenakan di tahun 2006, negara Jepang melihat potensi serta manfaat yang cukup besar jika World Cosplay Summit dapat dijadikan sebagai salah satu diplomasi publik negara Jepang. Pada tahun tersebut, pemerintah Jepang yang terdiri atas Kementerian Luar Negeri Jepang (MOFA) dan Kementerian Pertahanan, Infrastruktur, dan Transportasi Jepang (MLIT) mulai mendukung acara ini. Lalu di tahun 2008, Kementerian Ekonomi, Perdagangan, dan Industri Jepang (METI) menjadi kementerian Jepang ketiga yang secara resmi bergabung untuk mendukung acara ini. Penulis akan menggunakan Kementerian Luar Negeri Jepang (MOFA) sebagai aktor negara dan World Cosplay Summit Committee sebagai aktor non-negara.

1.7 Argumen Sementara

. *Cosplay* telah menjadi salah satu bentuk budaya populer Jepang yang diakui secara global. World Cosplay Summit (WCS), yang berlangsung dari 2006 hingga 2019, merupakan wadah kolaborasi aktif yang tidak hanya mempromosikan budaya populer Jepang tetapi juga menjadi sarana diplomasi budaya (*cultural diplomacy*) Jepang di kancah internasional. Melalui WCS, Jepang berperan aktif dalam membangun hubungan lintas negara dengan melibatkan partisipasi berbagai komunitas *cosplay* global. Kolaborasi ini terlihat dari partisipasi aktif komunitas *cosplay* dari berbagai negara yang berkumpul di Jepang untuk merayakan dan menampilkan budaya *cosplay*. Acara ini tidak hanya menjadi ajang kompetisi, tetapi juga sebagai ruang interaksi budaya, di mana peserta dari berbagai latar belakang berbagi nilai, tradisi, dan inovasi. Selain itu, melalui WCS, Jepang berhasil

mengintegrasikan unsur-unsur industri kreatifnya, seperti *anime*, *manga*, dan *game*, yang selanjutnya mendukung *soft power* Jepang di tingkat internasional.

Dalam periode 2006-2019, kolaborasi ini tidak hanya menunjukkan pertumbuhan jumlah partisipan, tetapi juga peningkatan kualitas acara, baik dalam hal manajemen acara maupun keterlibatan aktor negara (Kementerian Luar Negeri Jepang) dan aktor non-negara (WCS *Executive Committee*). Hal ini menunjukkan bahwa WCS telah menjadi platform strategis untuk memperkuat posisi budaya populer Jepang di panggung global, sekaligus menciptakan jejaring internasional di antara penggemar dan pelaku industri terkait. Dengan demikian, melalui studi kasus WCS 2006-2019, dapat dipahami bagaimana kolaborasi aktif Jepang melalui cosplay menjadi salah satu contoh sukses dari diplomasi budaya yang berperan dalam memperluas pengaruh global Jepang di era modern.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian dengan judul ‘Diplomasi Publik Jepang Melalui *Cosplay*: Studi Kasus World Cosplay Summit Tahun 2006-2019’, penulis menggunakan jenis penelitian dengan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah sebuah metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data literatur melalui buku, jurnal dan *website* resmi.

1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, subjek penelitian penulis adalah Pemerintah Jepang yakni, Kementerian Luar Negeri Jepang sedangkan objek penelitian penulis adalah kolaborasi Kementerian Luar Negeri Jepang dalam diplomasi publik Jepang.

1.8.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan literatur seperti buku, jurnal, surat kabar, serta *website* resmi pemerintah maupun organisasi yang diteliti oleh penulis.

1.8.4 Proses Penelitian

Data-data yang telah penulis kumpulkan melalui literasi-literasi sumber bacaan akan diteliti serta dikaji oleh penulis. Penulis juga akan memastikan bahwa data-data yang telah penulis dapatkan merupakan data yang benar-benar memiliki informasi yang akurat dan dapat dijamin kebenarannya.

1.9 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan terdiri atas:

BAB I berisi pendahuluan. Di BAB I ini, penulis akan menjelaskan tentang isu yang diteliti secara umum. Seperti latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, cakupan penilaian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, argumen sementara, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II berisi tentang keterkaitan Kementerian Luar Negeri Jepang dengan World Cosplay Summit. Pada bab ini, penulis akan menjelaskan tentang Kementerian Luar Negeri Jepang dan World Cosplay Summit, World Cosplay Summit, dan World cosplay Championship.

BAB III berisi tentang Analisis. Pada bab ketiga ini, berisi data-data yang terlampir pada bab-bab sebelumnya dengan menggunakan kerangka teori *active collaboration* dari Geun Lee dan Kadir Ayhan untuk menjawab rumusan masalah.

Dan Pada BAB IV berisi Penutup. Pada bab terakhir ini berisi tentang kesimpulan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Bab ini berisi rangkuman poin-poin penting yang telah menjawab rumusan masalah serta menjadi bagian akhir dari penelitian ini serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

BAB 2

KEMENTERIAN LUAR NEGERI JEPANG DAN WORLD COSPLAY SUMMIT

Strategi diplomasi publik Jepang sering melibatkan kolaborasi antar aktor negara dan aktor non-negara. Aktor-aktor non-negara ini termasuk perusahaan swasta, organisasi budaya serta pemerintah daerah. Salah satu dari kolaborasi ini adalah acara World Cosplay Summit (WCS) yang diselenggarakan oleh aktor non-negara yaitu, World Cosplay Summit *Executive Committee*. Karena kolaborasi ini, WCS menerima dukungan dari Kementerian Luar Negeri Jepang Sebagai bagian dari upaya diplomasi publik Jepang.

2.1 Kementerian Luar Negeri Jepang dan World Cosplay Summit

Kementerian Luar Negeri Jepang memiliki keterkaitan yang signifikan dengan World Cosplay Summit (WCS) melalui diplomasi publik yang menggunakan budaya populer Jepang. Kementerian Luar Negeri Jepang Mulai mendukung acara ini secara penuh dan mengajukan kolaborasi kepada Komite Eksekutif WCS pada tahun 2006, dimana Kementerian Luar Negeri Jepang melihat adanya potensi serta manfaat yang cukup besar jika WCS digunakan sebagai sebagai salah satu alat diplomasi publik Jepang. Menurut website resminya, Kementerian Luar Negeri menganggap World Cosplay Summit sebagai acara yang sejalan dengan kebijakan negara Jepang untuk secara aktif menggunakan budaya pop dalam diplomasi budayanya (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2011). Dengan adanya kolaborasi ini, Kementerian Luar Negeri Jepang kemudian mendukung acara ini dengan memberikan sponsor nama pada tahun 2006 hingga 2008, memberikan penghargaan Menteri Luar Negeri (Foreign Minister's Prize)

kepada *Grand Champion World Cosplay Championship* sejak tahun 2006 serta menjadi anggota Komite Eksekutif WCS sejak Tahun 2009 untuk menunjukkan komitmen yang lebih kuat dalam mendukung acara ini. (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2011)(U 2023).

Tujuan utama dari dukungan yang diberikan oleh Kementerian Luar Negeri Jepang adalah untuk memperkuat citra positif Jepang dan menegaskan upaya Jepang dalam memperlihatkan diri sebagai pelopor budaya populer. Dengan ini kemudian Jepang dapat menampilkan hal-hal unik dari budaya mereka terutama budaya populer yang mereka miliki untuk meningkatkan daya saing dengan negara-negara lain. WCS juga digunakan Kementerian Luar Negeri Jepang sebagai platform penting bagi negara Jepang untuk memperkenalkan budaya mereka terutama budaya populer mereka ke kancah internasional. WCS tidak hanya berisi tentang *cosplay* namun juga acara ini berisi *festival*, pertunjukan budaya, pameran seni dan pertemuan tokoh-tokoh terkenal dalam industri hiburan Jepang, seperti pengisi suara *anime* dan *game* (U 2023).

Tujuan Kementerian Luar Negeri Jepang berkolaborasi dengan WCS juga dilakukan untuk meningkatkan pariwisata dan ekonomi Jepang. Hal ini digunakan dengan menyediakan tempat bagi *cosplayer* dan penggemar budaya populer Jepang untuk melihat secara langsung salah satu *festival* budaya populer Jepang, yakni WCS. WCS secara tidak langsung mendukung pariwisata serta memperkuat daya tarik Jepang sebagai pusat budaya populer di dunia. WCS juga menampilkan berbagai aspek budaya populer Jepang, seperti *anime*, *manga*, dan *cosplay*. Dengan menarik perhatian global terhadap ekspor budaya ini, WCS memperkuat *soft power* Jepang, yang memungkinkan negara ini

menampilkan citra yang positif dan menarik di seluruh dunia. Budaya populer telah menjadi pilar utama dalam diplomasi budaya Jepang, membantu membentuk persepsi global tentang Jepang sebagai masyarakat yang dinamis, kreatif, dan berteknologi maju (Valaskivi 2016). Keterlibatan Kementerian Luar Negeri Jepang dalam mendukung WCS menunjukkan adanya kolaborasi antara aktor negara dan aktor non-negara. Hal ini dikarenakan acara ini diselenggarakan oleh aktor non-negara tetapi didukung oleh aktor negara, yaitu Kementerian Luar Negeri Jepang. Ini kemudian menjadi contoh bagaimana aktor negara bekerjasama dengan aktor non-negara untuk mencapai tujuan diplomasi publik mereka.

2.2 World Cosplay Summit

Dengan meningkatnya budaya populer Jepang seperti *anime*, *manga* dan *cosplay*, *cosplay* kemudian menjadi salah satu *pop-culture* Jepang yang saat ini sedang marak diikuti oleh kalangan anak muda, terutama mereka yang menyaksikan serial *anime* atau animasi Jepang. Saat ini, *cosplay* menjadi salah satu cara fans untuk mengekspresikan diri mereka dalam menyukai serial *anime*, *manga* atau *game* favorit mereka. *Cosplay* merupakan singkatan kosupure yang merupakan kombinasi kata-kata dalam bahasa Jepang yaitu *costume* (コス) dan *play* (プレ) (Lotecki 2012). Istilah *cosplay* pertama kali muncul pada sebuah artikel yang ditulis oleh Nobuyuki Takashi dalam ‘My Anime Magazine’ edisi bulan Juni tahun 1983. Lalu pada tahun 1990-an, popularitas *cosplay* terus berkembang di Jepang karena munculnya *anime*, *manga* dan *game* yang juga memainkan peran yang penting dalam mempopulerkan *cosplay*. Ketiga budaya populer

ini menciptakan karakter ikonik yang kemudian menjadi pilihan umum bagi para *cosplayer* untuk di *cosplay*kan (R.A 2020).

Gambar 2.1.1 Karakter Nanami Kento dari serial *anime* dan *manga* ‘Jujutsu Kaisen’ serta *Cosplayer* Taiki Theo, salah satu *cosplayer* Indonesia



Sumber: Instagram Taiki Theo

Cosplay juga semakin berkembang karena meningkatnya jumlah acara dan *convention* untuk *anime* dan *manga* seperti acara Comic Market (Comiket), Anime Japan dan World Cosplay Summit, yang dimana acara ini menyediakan platform bagi para *cosplayer* (orang yang melakukan *cosplay*) untuk memamerkan serta menunjukkan kreativitas mereka melalui *cosplay*. Lalu pada tahun 2000-an *cosplay* menjadi semakin berkembang di Jepang dengan munculnya internet dan *platform* media sosial seperti Instagram, Facebook dan Twitter yang memungkinkan *cosplayer* untuk membagikan karya mereka secara global, terhubung dengan *cosplayer* lain serta berpartisipasi dalam kompetisi *cosplay* secara *online* (Cabeqq 2024). Salah satu contoh acara *cosplay* ini

adalah World Cosplay Summit (WCS). Menurut website resminya World Cosplay Summit (WCS) adalah sebuah acara dimana para *cosplayer* (orang yang melakukan *cosplay*) yang menyukai budaya populer Jepang seperti *anime*, *manga* dan *game* berkumpul dan menciptakan pertukaran budaya dan internasional. Selain itu, acara ini juga merupakan *festival* budaya populer Jepang yang berpusat di sekitar kompetisi dunia. Acara ini dilaksanakan setiap tahun di kota Nagoya, prefektur Aichi, Jepang dengan peserta dari 40 negara dan wilayah dari seluruh dunia (World Cosplay Summit 2019).

WCS pertama kali diselenggarakan pada tahun 2003 di Hotel Rose Court di kota Nagoya. Pada tahun ini acaranya hanya berisi diskusi panel serta sesi foto saja dan hanya ada empat negara yang mengikuti WCS pada tahun ini yaitu Jepang, Jerman, Prancis dan Italia. Lalu di tahun 2005, WCS mengalami perubahan dimana acara ini yang sebelumnya menggunakan basis undangan menjadi sebuah acara dengan basis kualifikasi dengan cara penyisihan yang diselenggarakan di seluruh dunia. Hal ini dilakukan karena World Cosplay Championship pertama kali diselenggarakan pada tahun 2005 hingga sekarang (World Cosplay Summit, n.d.).

Walaupun terdapat perubahan dalam menjadi anggota di acara ini, memuat dari website resminya khusus untuk negara yang baru akan pertama kali menjadi anggota, tetap diperlukan undangan dari salah satu anggota staff WCS untuk melakukan inspeksi pada turnamen kualifikasi selama tiga tahun berturut-turut terlebih dahulu. Turnamen kualifikasi ini diadakan di masing-masing negara dan masing-masing negara harus melakukan turnamen seleksi akhir pada bulan akhir bulan Mei setiap tahun untuk menentukan perwakilan yang akan dikirimkan ke Jepang. Untuk menjadi anggota WCS,

setiap negara juga wajib membayar biaya keanggotaan tahunan sebesar ¥330,000 (World Cosplay Summit 2024) atau sekitar Rp. 749,871.000. Terdapat dua kontrak keanggotaan yaitu kontrak tetap selama tiga tahun dan kontrak tahunan dimana periode kontraknya disesuaikan dengan akhir kontrak jangka tetap (World Cosplay Summit 2024).

Negara yang telah menjadi anggota WCS harus membuat logo untuk negaranya dengan format logo yang telah disediakan. Negara anggota juga wajib menghadirkan dua orang perwakilan dan satu orang penyelenggara pada World Cosplay Competition (WCC) yang diadakan setiap tahunnya di Jepang pada akhir pekan pertama bulan Agustus. Masing-masing negara juga harus mempunyai kemampuan untuk menanggung biaya perjalanan untuk tiga orang (dua perwakilan dan satu penyelenggara) dari negara sendiri ke Jepang, dan selama acara ini berlangsung, para perwakilan negara harus menetap di Jepang (World Cosplay Summit 2024).

Pemerintah Jepang, yaitu Kementerian Luar Negeri Jepang pada tahun 2006 melihat adanya potensi serta manfaat yang cukup besar terhadap *cosplay* karena semakin populernya *pop-culture* Jepang kemudian mengajukan kolaborasi kepada World Cosplay Summit Executive Committee untuk menjadikan WCS sebagai salah satu alat diplomasi publik Jepang. Hal ini mereka lakukan karena WCS *Executive Committee* dan Kementerian Luar Negeri Jepang memiliki tujuan utama yang sama yaitu mempromosikan budaya Jepang ke kancah internasional terutama budaya populer Jepang. Dengan terciptanya kolaborasi antara Kementerian Luar Negeri Jepang dan Komite Eksekutif WCS, WCS terus berkembang semakin pesat. Pada tahun 2019, acara ini diselenggarakan dengan 40 negara yang berpartisipasi. Menjadikan tahun ini sebagai

tahun terbanyak negara yang berpartisipasi pada acara ini jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2019, acara ini diselenggarakan di Kota Tokyo dan Nagoya (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2019). World Cosplay Summit memang bukan hanya acara untuk melihat *cosplay* dari negara mana yang akan menang dalam kompetisi World Cosplay Championship saja, namun WCS juga menjadi sarana pertemuan komunitas *cosplay* yang ada di seluruh dunia.

2.3 World Cosplay Championship

Main event dalam acara WCS adalah World Cosplay Championship (WCC). Namun walaupun WCS pertama kali diadakan di tahun 2003, WCC baru diadakan pada tanggal 7 Agustus 2005. Hal ini dikarenakan pada tahun 2005, acara WCS diubah menjadi acara dengan sistem kualifikasi dengan acara penyisihan yang dilakukan di seluruh dunia dari yang sebelumnya merupakan acara dengan sistem undangan. Babak penyisihan ini dilakukan di masing-masing negara. nantinya tim beranggotakan dua orang *cosplayer* yang memenangkan babak kualifikasi resmi ini akan terpilih menjadi perwakilan negaranya dalam ajang WCC. Di Indonesia, babak kualifikasi dimulai dari kualifikasi regional di tujuh daerah di Indonesia (Semarang, Surabaya, Pekanbaru, Bandung, Medan dan Yogyakarta). Nantinya, setiap tim pemenang dari masing-masing regional akan mengikuti kompetisi final pada acara Indonesia Cosplay Grand Prix (ICGP) yang diadakan di Jakarta. Lalu, tim pemenang ICGP akan menjadi perwakilan Indonesia di ajang WCC (CLAS:H, n.d.).

Negara yang mengikuti WCC harus mengikuti beberapa peraturan yang telah dibuat oleh WCS *Executive Committee*. Beberapa peraturan ini adalah masing-masing

negara memiliki satu tim yang berisi dua orang *cosplayer*, setiap kostum harus *handmade* oleh para perwakilan negara (tidak boleh membeli kostum), karakter yang di *cosplay*kan adalah karakter dari *anime*, *manga*, *game* dan *tokusatsu* (*Japanese special effect character e.g* Godzilla dan Kamen Rider), waktu yang diberikan untuk penampilan para *cosplayer* adalah 2 menit 30 detik (penampilan ini bisa tentang reka adegan *anime*, *manga*, *game*, *tokusatsu*, ataupun *dance*) dengan properti, *background video* dan musik disediakan oleh perwakilan dan yang terakhir, peringkat akan ditentukan oleh jumlah penilaian kualitas kostum, karakter serta penampilan panggung secara keseluruhan. Selain itu, untuk mengikuti WCC terdapat beberapa persyaratan tambahan yaitu perwakilan masing masing negara harus berusia di atas 18 tahun, perwakilan harus berasal dan tinggal di negara yang mereka wakikan dan yang terakhir, selama periode WCS, para peserta harus tinggal di kota Nagoya (World Cosplay Summit, n.d.).

Pada tahun pertama, WCC dilaksanakan hanya tujuh negara yang mengikuti acara ini yaitu Jepang, Amerika Serikat, Jerman, Perancis, Spanyol, Cina dan Italia (AnimeCons.com 2005). Dari ketujuh negara tersebut terdapat 40 orang *cosplayer* (individual dan grup) yang ikut dalam WCC. Pemenang WCC 2005 adalah Perancis dalam kategori grup dan Italia memenangkan kategori individu (World Cosplay Summit 2022). Lalu, pada Tahun 2006, dari yang sebelumnya WCS merupakan salah satu segmen di Japan Expo, di tahun ini WCS mulai berdiri sendiri dengan WCS *Executive Committee* yang sebelumnya diadakan di Expo Dome, di tahun ini dipindahkan di venue Oasis 21. Negara yang mengikuti WCC tahun ini menjadi sembilan yaitu Italia, Jerman, Prancis, Spanyol, Cina, Brasil, Thailand, Singapura dengan total 22 orang *cosplayer*. *Grand*

Champion perlombaan ini dimenangkan oleh Tim Brazil (*cosplayer*: Maurisio dan Monica Somenzari L. Olivas) dengan *cosplay* sebagai Hughes de Watteau dan Augusta Vradica dari serial *anime* Trinity Blood. Pada tahun ini, Kementerian Luar negeri Jepang untuk pertama kalinya mendukung acara ini. Di Tahun 2007, Denmark, Meksiko dan Korea Selatan bergabung dengan acara ini sehingga jumlah negara yang berpartisipasi menjadi 12 negara, dengan total 28 *cosplayer* yang berpartisipasi. Sekitar 10.000 orang menghadiri WCC (World Cosplay Summit 2022). Pada tahun ini, Kementerian Luar Negeri Jepang pertama kali memberikan Penghargaan Menteri Luar Negeri (Foreign Minister's Prize) kepada *Grand Champion* WCC. penghargaan ini diberikan kepada Tim Perancis selaku *Grand Champion* WCC 2007 (ComiPress 2007).

Pada tahun 2008, terdapat 13 negara dengan total 28 perwakilan *cosplayer* tampil di WCC di hadapan 12.000 pengunjung dengan *Grand Champion* merupakan tim Brazil. Pada tahun 2009, terdapat 30 peserta dari 15 negara berkompetisi di WCC di hadapan 12.000 penonton, dengan Australia dan Finlandia sebagai dua negara terbaru yang ikut berpartisipasi. Serta *Grand Champion* pada tahun ini adalah tuan rumah acara ini ,yaitu Tim Jepang. Di tahun 2010, *Grand Champion* dimenangkan oleh Tim Italia dengan membawakan *cosplay* dari *game* The Legend of Zelda. Di tahun 2011, Negara Belanda dan Malaysia untuk pertama kalinya bergabung, sehingga total negara yang berpartisipasi menjadi 17 negara. *Grand Champion* WCC 2011 dari Tim Brazil (World Cosplay Summit 2022) yang juga merupakan kemenangan tim negara ini untuk ketiga kalinya sejak perlombaan ini dilakukan.

Pada tahun 2012, Inggris, Indonesia, dan Rusia ikut serta dalam WCS secara kompetitif, dengan Hong Kong dan Taiwan yang berpartisipasi dengan status sebagai pengamat (belum boleh mengikuti WCC), sehingga jumlah total negara yang diwakili menjadi 22 negara. Dengan pemenang WCC pada tahun ini adalah Tim Jepang. Di tahun 2013, Vietnam dan Filipina bergabung sebagai negara pengamat, sehingga total keseluruhan menjadi 24 negara dengan pemenang WCC adalah Tim Italia. Di tahun 2014, WCC pertama kalinya diadakan di Aichi Arts Center yang berada tepat di samping Oasis 21. Kemudian pada tahun ini juga Negara Portugal dan Kuwait untuk pertama kalinya ikut dalam acara ini. Pemenang WCC pada tahun ini adalah Tim Russia. Di tahun 2015, WCC kemudian dipindahkan ke 'The Theater' yang merupakan venue terbesar di Aichi Arts Center. Pada tahun ini Kanada dan Swedia bergabung menjadi negara pengamat dan *Grand Champion* pada tahun ini adalah Tim Meksiko (World Cosplay Summit 2022).

Pada tahun 2016, India dan Swiss untuk pertama kalinya bergabung dalam WCS, sehingga jumlah negara yang berpartisipasi dalam acara ini menjadi 30 negara. Dengan banyaknya negara yang berpartisipasi, pada tahun ini WCC diadakan dalam dua tahap selama dua hari berturut-turut. Terdapat kesalahan dalam perhitungan suara juri pada tahun ini yang kemudian menyebabkan 18 tim yang masuk kedalam tahap final yang seharusnya hanya 16 tim saja. *Grand Champion* WCC tahun ini adalah Tim Indonesia.

Gambar 2.3.1 Grand Champion WCC 2016, Tim Indonesia



Sumber: Ministry Of Foreign Affairs of Japan (2016)

Pada tahun 2017, Belgia, Chili, Myanmar, Puerto Rico, dan Uni Emirat Arab bergabung, sementara Kuwait mengundurkan diri, sehingga jumlah negara yang berpartisipasi menjadi 34 negara. Ditahun ini merupakan tahun pertama dimana WCS mengizinkan penggunaan dialog dan skenario dari *scene anime* atau *manga* dari *cosplay* yang akan ditampilkan dalam WCC. Dan pemenang pada tahun ini adalah Tim China (World Cosplay Summit 2022).

Pada tahun 2018, Bulgaria, Kosta Rika, dan Afrika Selatan bergabung dengan WCS dengan Kuwait kembali berpartisipasi sementara Puerto Rico dan Uni Emirat Arab tidak dapat mengirimkan perwakilannya, sehingga jumlah negara/wilayah yang berpartisipasi menjadi 36 negara. Pada tahun ini WCC diselenggarakan dalam satu panggung di Dolphins Arena Gymnasium yang masih berada di Nagoya. Pemenang WCC pada tahun ini adalah Tim Meksiko. Dan pada tahun 2019, Austria, Israel, Arab Saudi, dan Trinidad dan Tobago bergabung dengan WCS dengan Uni Emirat Arab

kembali berpartisipasi setelah absen pada tahun 2018, sementara Kuwait dan Puerto Rico tidak dapat mengirimkan perwakilannya untuk tahun ini, sehingga jumlah negara yang berpartisipasi menjadi 40 negara. Karena banyaknya negara yang berpartisipasi, WCC diperluas menjadi acara tiga tahap: Putaran Tokyo di Tokyo Dome City Hall pada tanggal 27 Agustus, dan babak semifinal dan final di Nagoya Aichi Arts Center. Delapan tim dari Babak Tokyo langsung lolos ke babak final, sementara 32 tim lainnya berkompetisi di babak semifinal dan 16 di antaranya lolos ke babak final. Dua tahap pertama disiarkan di YouTube, sebelum 24 tim teratas berkompetisi di babak final. Pemenang pada WCC 2019 adalah Tim Australia (World Cosplay Summit 2022).

BAB 3

ANALISIS DIPLOMASI PUBLIK MELALUI TEORI ACTIVE COLLABORATION OLEH GEUN LEE DAN KADIR AYHAN

Teori Diplomasi Publik merupakan teori yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu antara kerja sama yang dilakukan oleh Negara Jepang dengan World Cosplay Summit *Executive Committee* melalui acara World Cosplay Summit. Menurut Geun Lee dan Kadir Ayhan, diplomasi publik dapat memiliki berbagai tujuan, mulai dari advokasi hingga promosi ide-ide yang bersifat universal. Implementasi diplomasi publik melalui teori *active collaboration* memiliki dua tahapan yaitu negara serta aktor non-negara memiliki tujuan yang sama dan negara kemudian mengajukan kolaborasi kepada aktor non-negara.

3.1 Aktor Non-Negara dan Negara Memiliki Tujuan yang Sama

Menurut Lee dan Ayhan (2015), lembaga negara dapat mencari aktor non-negara yang kegiatan dan kepentingannya sejalan dengan tujuan diplomasi publik negara tersebut. Tujuan utama aktor non-negara dalam diplomasi publik menurut Lee dan Ayhan adalah untuk meningkatkan efektivitas dan jangkauan inisiatif diplomatik melalui kolaborasi dengan aktor negara. Aktor non-negara menyumbangkan sumber daya, keahlian dan jaringan yang unik yang melengkapi upaya-upaya negara, sehingga menghasilkan diplomasi publik yang lebih efektif dan berdampak serta jalannya kepentingan bersama. Hal ini termasuk mempromosikan pertukaran budaya dan

mengatasi tantangan global melalui pendekatan kolaboratif. Dalam teori *active collaboration* untuk mewujudkan kolaborasi yang lebih efektif, kolaborasi harus diawali dengan minat dan tujuan serupa antara negara dan aktor non-negara. Kolaborasi dengan aktor non-negara yang akan terus melakukan apa yang mereka lakukan secara efektif di lapangan menyebabkan lembaga-lembaga negara tidak perlu khawatir apakah kepentingannya akan terancam dengan jenis kolaborasi ini. Aktor negara dalam pembahasan ini adalah Kementerian Luar Negeri Jepang (MOFA), sedangkan aktor non-negaranya adalah World Cosplay Summit Committee. Hal ini bisa terlihat dari beberapa tujuan WCS dan Kementerian Luar Negeri Jepang yang sejalan, seperti mempromosikan budaya Jepang (terutama *pop-culture*) dan mendorong pertukaran budaya, mendukung pariwisata dan pertumbuhan ekonomi Jepang, serta memperkuat citra positif Jepang di dunia.

Pemerintah Jepang selalu mempromosikan budaya Jepang di berbagai macam bidang seperti musik, seni, makanan serta hiburan. Promosi ini bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat internasional tentang budaya-budaya yang dimiliki oleh Negara Jepang. Tidak hanya budaya tradisional, Jepang juga memiliki budaya populer mereka. Pengaruh budaya populer Jepang yang terus meningkat kian hari menyebabkan meningkatnya turis mancanegara yang mengunjungi Jepang. Turis-turis ini merupakan penggemar *anime*, *manga* serta *J-pop* yang merupakan beberapa dari banyaknya budaya populer yang ada di Negara Jepang. Melihat hal ini, pemerintah Jepang kemudian menggunakan budaya populer Jepang sebagai salah satu alat diplomasi publik. Salah satu diplomasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Jepang adalah dengan berkolaborasi

dengan World Cosplay Summit. World Cosplay Summit (WCS) merupakan sebuah acara pertukaran budaya internasional yang bersahabat melalui budaya populer Jepang dan sebuah acara di mana para *cosplayer* dari berbagai negara di seluruh dunia berkumpul (World Cosplay Summit 2008).

World Cosplay Summit juga memiliki tujuan untuk mempromosikan budaya Jepang terutama *pop-culture* Jepang. Hal ini dibuktikan dengan tujuan utama dari acara ini adalah untuk berkontribusi dalam “menciptakan pertukaran internasional melalui budaya anak muda yang berasal dari Jepang”. Budaya anak muda yang dimaksud merupakan *anime*, *manga* serta *game* yang berasal dari Jepang. (Ministry of Foreign Affairs Of Japan 2022). Dalam WCS, pertukaran budaya ini dilakukan dengan menghadirkan negara-negara yang berpartisipasi dalam WCS. Masing-masing negara mengirimkan 2 orang *cosplayer* yang akan menjadi perwakilan dalam World Cosplay Championship (WCC) (World Cosplay Summit 2019). kehadiran para peserta internasional ini kemudian membantu untuk menyebarkan pengaruh budaya Jepang ke seluruh dunia serta, dengan menyatukan peserta dari berbagai latar belakang budaya, WCS memfasilitasi pertukaran budaya dimana budaya populer Jepang dirayakan dan dibagikan secara global pada acara ini.

Selain mempromosikan budaya Jepang serta mendorong pertukaran budaya, WCS dan Kementerian Luar Negeri Jepang juga memiliki tujuan yang sama yaitu mendukung pariwisata dan pertumbuhan ekonomi Jepang. Jepang memiliki tiga aspek untuk mempercepat promosi diplomasi ekonominya. Tiga aspek ini adalah pembuatan peraturan untuk mendukung sistem ekonomi global yang bebas dan terbuka dengan

mempromosikan perjanjian ekonomi, mendukung perluasan bisnis luar negeri perusahaan Jepang melalui promosi kemitraan publik-swasta dan mempromosikan diplomasi sumberdaya bersama dengan pariwisata Jepang (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2021). Dengan adanya WCS, ekonomi Jepang terutama dalam pariwisata di Kota Nagoya ikut berkembang. Ini bisa terjadi karena WCS menarik wisatawan ke Jepang, meningkatkan ekonomi lokal terutama di Kota Nagoya yang merupakan tempat WCS diselenggarakan. Jumlah kunjungan pada acara ini meningkat dari 3.000 di tahun 2005 menjadi 18.000 orang di tahun 2012 (U 2023). Masuknya wisatawan ini membantu mempromosikan Jepang sebagai tujuan wisata yang diinginkan serta meningkatkan citra Jepang sebagai negara yang ramah dan bersahabat (Ohtani 2023). Salah satu peraturan dari WCS adalah peserta diwajibkan tinggal di Kota Nagoya selama acara ini berlangsung. Dengan peraturan ini memungkinkan ekonomi, pariwisata serta transportasi di Jepang terutama Kota Nagoya akan meningkat karena adanya peserta serta pendukung acara WCS ini. Menurut Ohtani (2023), Setiap tahunnya lebih dari 200.000 orang dari seluruh dunia berkumpul di Kota Nagoya untuk mengikuti acara tahunan ini. Tentu saja pengunjung yang datang untuk menghadiri WCS ini banyak yang merupakan *cosplayer*. Maka dari itu pada tahun 2017, Kota Nagoya menyatakan diri sebagai ‘Cosplay Host Town’ (Anime News Network 2023).

Sebutan ini mencerminkan peran penting kota ini dalam komunitas *cosplay* di dunia dan komitmennya untuk mendukung dan merayakan budaya *cosplay*. Selain itu di kota ini kemudian juga menyesuaikan Infrastruktur kota, termasuk transportasi umum dan ruang acara, untuk mengakomodasi para *cosplayer*, menjadikannya tujuan ideal bagi

para penggemar budaya populer Jepang dan *cosplay* (Anime News Network 2023). Semua ini tentu saja dilakukan untuk menarik pengunjung untuk tetap mengunjungi Jepang dan tentunya Kota Nagoya serta membangkitkan ekonomi di kota itu. Selain itu, dengan Kota Nagoya menjadi kota yang ramah *cosplayer* hal ini dapat meningkatkan citra positif Jepang di dunia terutama di mata *cosplayer* dunia. Selain itu, menurut U (2023), WCS juga memberikan kontribusi bagi industri kostum Jepang karena mengalami perkembangan sebesar 5% pada tahun 2009 dengan nilai sekitar 500 juta dolar AS (U 2023).

Melihat popularitas WCS, pemerintah Jepang kemudian mengajukan kolaborasi dengan acara ini. Kolaborasi ini diajukan karena pemerintah Jepang dan WCS memiliki tujuan yang sama yaitu mempromosikan budaya Jepang ke manca negara, terutama budaya populer Jepang serta mendorong pertukaran budaya dan mendukung pariwisata dan pertumbuhan ekonomi Jepang. Dengan kolaborasi ini, pemerintah Jepang dapat memperkenalkan budaya populer Jepang serta meningkatkan perekonomian Jepang melalui WCS yang dimana acara ini merupakan tempat berkumpulnya turis-turis mancanegara yang ingin melihat *cosplay* dari *anime*, *manga* ataupun *game favourite* mereka.

3.2 Negara Mengajukan Kolaborasi Kepada Aktor Non-Negara

Menurut Lee dan Ayhan (2015), setelah melihat adanya tujuan yang sejalan, negara akan mengusulkan kolaborasi dengan aktor non-negara tersebut. Dengan kata lain, aktor non-negara dapat melakukan kegiatan serta kepentingan mereka dengan dukungan lembaga negara. Lee dan Ayhan juga mengusulkan agar aktor negara secara aktif

memulai dan mendukung kolaborasi dengan aktor non-negara dalam diplomasi publik. Hal ini melibatkan pemanfaatan kemampuan unik aktor non-negara yang mungkin tidak dimiliki oleh aktor negara untuk meningkatkan efektivitas upaya diplomasi. Negara harus menciptakan saluran bagi aktor non-negara untuk berpartisipasi, memastikan bahwa inisiatif diplomasi publik bersifat relasional, terhubung dan kolaboratif. Pendekatan ini bertujuan untuk mencapai hasil yang lebih stabil, berkelanjutan dan berdampak dalam mempromosikan hubungan internasional. Kolaborasi dengan aktor non-negara yang akan terus melakukan apa yang mereka lakukan secara efektif di lapangan menyebabkan lembaga-lembaga negara tidak perlu khawatir apakah kepentingannya akan terancam dengan jenis kolaborasi ini. Dan tentu saja dalam hal ini, karena aktor non-negara merupakan spesialis dalam hal yang mereka lakukan dan aktor-negara merupakan memiliki kredibilitas serta sentralitas yang tinggi akan menyebabkan kolaborasi ini berfokus pada jangka panjang. Aktor negara dalam pembahasan ini adalah Kementerian Luar Negeri Jepang (MOFA), sedangkan aktor non-negaranya adalah World Cosplay Summit Committee.

World Cosplay Summit pertama kali diadakan pada tahun 2003 di Osu Rose Court Hotel, Nagoya. Awalnya, WCS ini hanya berupa panel diskusi dan sesi foto bersama lima orang *cosplayer* yang diundang dari negara Jerman, Perancis dan Italia. Namun, di tahun 2005, WCS diubah dari sistem berbasis undangan menjadi sistem berbasis kualifikasi dengan acara penyisihan yang diselenggarakan di seluruh dunia yang kemudian mengarah kepada perlombaan *cosplay* pertama dalam acara WCS yaitu World Cosplay Championship serta kegiatan pendukung seperti *cosplay parade*. Dengan

diubahnya sistem serta diadakannya perlombaan, WCS menjadi acara yang sangat ditunggu-tunggu *cosplayer* di seluruh dunia. Hal ini tentu saja menyebabkan semakin banyaknya negara yang ingin bergabung dalam acara ini. Hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah negara yang mengikuti WCS dari tahun 2006-2019. Pada tahun 2006 ada sebanyak sembilan negara yang mengikuti acara ini dan pada tahun 2019 jumlah negara yang berpartisipasi dalam WCS meningkat hingga 40 negara (World Cosplay Summit 2022) (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2019).

Dengan semakin banyaknya negara yang ingin bergabung untuk acara ini dapat membuka diplomasi publik Jepang ke berbagai negara. Melihat besarnya potensi ini, pada tahun 2006, Kementerian Luar Negeri Jepang (MOFA) kemudian mendukung acara ini dikarenakan semakin terkenalnya budaya otaku Jepang di dunia. Sayangnya peneliti tidak dapat mendapatkan bentuk proposal yang diajukan oleh Kementerian Luar Negeri Jepang kepada World Cosplay Summit Executive committee. Namun menurut website resmi Kementerian luar negeri Jepang dan World Cosplay Summit, Kementerian Luar Negeri Jepang Mulai mendukung acara ini pada tahun 2006 (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2011) (World Cosplay Summit 2022). Menurut website resminya, Kementerian Luar Negeri Jepang menganggap WCS bermanfaat karena mendorong orang untuk mengembangkan minat mereka terhadap budaya Jepang melalui *pop-culture*. Kemudian di tahun 2009, Kementerian Luar Negeri Jepang menjadi anggota Komite Eksklusif WCS (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2023).

Selain itu, bukti dukungan Kementerian Luar Negeri Jepang adalah dengan memberikan penghargaan Menteri Luar Negeri kepada pemenang perlombaan World

Cosplay Championship sejak tahun 2006 (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2023). Menurut Wardana, Fasisaka & Dewi (2023) acara WCS tidak lepas dari arah kebijakan luar negeri Jepang yang mulai menggunakan budaya populer sebagai sarana diplomasi dan dukungan dari Taro Aso yang saat itu menjabat sebagai Menteri Luar Negeri Jepang. Dalam pidatonya pada seminar *the Japan Institute of International Affairs* Taro Aso (2006) mengatakan bahwa diplomasi pada tingkat nasional sangat bergantung kepada pendapat masyarakat atau publik. Karena ini, Jepang menginginkan *pop-culture* menjadi alat diplomasi karena sangat efektif dalam merangkul berbagai kegiatan. Kementerian Luar Negeri Jepang memberikan dukungan kepada WCS karena *cosplay* memiliki popularitas yang saat itu cukup tinggi di dunia internasional. Dengan memberikan dukungan ini, citra positif Jepang serta citra Jepang sebagai pelopor budaya *postmodern* menjadi lebih kuat (Wardana, Fasisaka, and Dewi 2015).

Kolaborasi antar Kementerian Luar Negeri Jepang dan WCS kemudian meningkatkan hubungan internasional dengan negara yang menjadi anggota WCS. hal ini dilakukan dengan cara melibatkan anak muda, memberikan dukungan serta pengakuan resmi, bekerja sama dengan media internasional, melibatkan partisipan internasional serta melakukan pertukaran budaya. Budaya populer Jepang sangat diminati oleh kaum muda contohnya seperti *manga* dan *anime* sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa *cosplay* juga sangat erat kaitannya dengan anak muda. Hal ini dikarenakan *cosplay* merupakan sebuah fenomena dimana salah satu budaya populer Jepang telah memperluas minat orang-orang dari seluruh dunia termasuk anak muda membantu menghidupkan pertukaran budaya

internasional melalui *anime*, *manga* dan *game* yang berasal dari Jepang (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2023).

WCS menjadi salah satu tempat dimana anak muda berkumpul dari seluruh dunia untuk menciptakan platform bagi mereka untuk terlibat dengan budaya Jepang. Kemudian, keterlibatan ini sering menimbulkan ketertarikan jangka panjang dan pandangan positif terhadap Jepang di kalangan anak muda, yang juga merupakan calon pemimpin dan tokoh berpengaruh di negara masing-masing. Selain itu, Kementerian Luar Negeri Jepang juga memberikan dukungan serta pengakuan resmi dengan memberikan Penghargaan Menteri Luar Negeri kepada pemenang World Cosplay Championship (WCC). Pengakuan resmi ini menunjukkan pentingnya acara ini serta membantu meningkatkan status acara ini di dunia internasional. Kementerian Luar Negeri juga bekerja sama dengan media internasional untuk meliput WCS dan membantu memperkuat jangkauan acara secara internasional. Media eksposur yang luas ini kemudian meningkatkan citra Jepang sebagai pusat budaya kreatif dan pop, menarik banyak peminat dan keinginan yang kuat untuk mengetahui lebih banyak tentang negara Jepang. Dengan peserta pada tahun 2006-2019 yang terus meningkat hingga 40 negara, WCS memberikan kesempatan istimewa untuk berinteraksi langsung antara warga negara Jepang dan Pengunjung internasional yang hadir pada acara tersebut. Interaksi langsung ini membantu meruntuhkan hambatan budaya dan membangun hubungan personal yang sangat penting untuk hubungan internasional yang kuat. Aspek-aspek ini secara kolektif meningkatkan citra global Jepang, mempromosikan diplomasi budaya dan memperkuat hubungan bilateral Jepang dengan negara-negara yang berpartisipasi dalam WCS.

3.3 Dukungan Yang Diberikan Oleh Kementerian Luar Negeri Jepang

Menurut Lee dan Ayhan (2015) negara yang menggunakan kolaborasi aktif akan mengusulkan kolaborasi terlebih dahulu untuk mendukung proyek. Dukungan yang diberikan negara bisa berupa dukungan finansial, logistik atau dengan menambah nilai proyek dengan cara lain. Contoh implementasinya adalah Kementerian Luar Negeri Jepang yang memberikan dukungan kepada WCS. Beberapa dukungan yang diberikan oleh Kementerian Luar Negeri Jepang kepada WCS adalah memberikan sponsor nama, menjadi anggota komite eksekutif WCS, dukungan promosi melalui media massa dan website resmi serta dukungan pengakuan dan penghargaan resmi (Penghargaan Menteri Luar Negeri).

Beberapa tahun terakhir *cosplay* memiliki popularitas internasional yang tinggi. *Cosplay* juga telah menarik banyak orang, terutama anak muda, dari seluruh dunia untuk membantu mengembangkan minat mereka terhadap budaya Jepang, terutama budaya populer Jepang serta mendorong banyak orang untuk berpartisipasi dalam pertukaran budaya internasional. Kementerian Luar Negeri Jepang menganggap WCS bermanfaat dikarenakan dapat mendorong orang-orang dari seluruh dunia untuk mengembangkan minat mereka terhadap budaya Jepang melalui budaya populer. Oleh karena itu, Kementerian Luar Negeri Jepang menunjukkan dukungan mereka kepada acara ini dengan memberikan sponsor nama kepada WCS dari tahun 2006 hingga tahun 2008. Kemudian Kementerian Luar Negeri Jepang menjadi anggota Komite Eksekutif WCS (*WCS Executive Committee*) pada tahun 2009 (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2023).

Contoh tugas Kementerian Luar Negeri Jepang sebagai anggota Komite Eksekutif WCS adalah membantu memberikan dukungan promosi melalui media massa dan website resmi. Beberapa media massa dan website resminya adalah Website resmi Kementerian Luar Negeri Jepang (dalam section *Public diplomacy/Cultural Exchange/World Cosplay Summit*) (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2023), Stasiun TV Aichi (membroadcast acara ini secara live), media The Japan Times (pada website resmi) serta media All About Japan (dalam website resminya) (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2011). Tokumaru Oguri (2016) selaku ketua serta CEO WCS mengatakan bahwa ketika mereka melaksanakan acara ini, mereka mendapatkan permintaan kerja sama dari Kantor Pariwisata Jepang dan juga Kantor Kedutaan Jepang di setiap Negara. Kemudian Kementerian Luar Negeri Jepang akan di informasikan bahwa ada negara yang ingin berpartisipasi dalam WCS. nantinya WCS akan dihubungi oleh Kementerian Luar Negeri Jepang. Dengan ini, Kementerian Luar Negeri Jepang juga menjadi jembatan antara WCS dan negara-negara yang ingin berpartisipasi. Selain itu, Kementerian Luar Negeri Jepang sebagai anggota Komite Eksekutif WCS juga bekerja sama dengan pemerintah Kota Nagoya, Pemerintah Prefektur Aichi, Nagoya Convention & Visitors Bureau, Chubu Centrair International Airport serta Osu Shopping District Alliance (BROTHER INDUSTRIES, LTD 2023).

Kementerian Luar Negeri Jepang juga memiliki tugas spesial sebagai salah satu anggota Komite Eksekutif WCS. Tugas spesial ini adalah mendiplomasikan budaya Jepang terutama budaya populer ke kancah internasional. Dengan berpartisipasi dan mendukung WCS, Kementerian Luar Negeri Jepang memanfaatkan acara ini sebagai

platform untuk diplomasi budaya. WCS mempromosikan budaya populer Jepang, terutama *anime* dan *manga*, yang juga merupakan aspek penting dari *soft power* Jepang. Pertukaran budaya ini kemudian memperkuat ikatan budaya Jepang dengan negara yang menjadi anggota WCS. Kementerian Luar Negeri Jepang juga menggunakan WCS untuk membangun dan juga memperkuat hubungan diplomatik dengan negara lain dengan cara menampilkan kekayaan budaya Jepang dan membina hubungan internasional yang positif dengan negara-negara yang mengikuti WCS.

Kementerian Luar Negeri Jepang juga memanfaatkan saluran diplomatiknya untuk menjalankan tugas khususnya ini. Kementerian Luar Negeri Jepang memanfaatkan kedutaan dan konsulat Jepang di seluruh dunia untuk mempromosikan WCS. Misi diplomatik ini berfungsi sebagai poin penting untuk menyebarkan informasi tentang WCS ke media lokal di berbagai negara. Hal ini membantu menghasilkan publisitas sebelum acara dan mendorong media internasional untuk meliput acara ini. Kementerian Luar Negeri Jepang juga secara aktif membagikan informasi terkini serta foto dan video dari WCS di halaman website resmi mereka sejak tahun 2011 (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2023). Keterlibatan Kementerian Luar Negeri Jepang ini membantu memperkuat jangkauan acara dan mendorong media untuk mengambil dan membagikan konten-konten WCS kepada *audiens* mereka.

Selain itu dari tahun 2006, Kementerian Luar Negeri Jepang telah memberikan Penghargaan Menteri Luar Negeri kepada pemenang perlombaan WCC. Penghargaan Menteri Luar negeri adalah penghargaan yang diberikan oleh Kementerian Luar Negeri Jepang kepada pemenang *cosplay* terbaik WCC. Penghargaan ini biasanya diberikan oleh

pejabat tinggi di Kementerian Luar Negeri Jepang sebagai pengakuan atas penampilan serta kontribusi tim yang luar biasa pada dunia *cosplay*. Penghargaan ini tidak hanya sebagai pengakuan bakat para *cosplayer*, tetapi juga menyoroti apresiasi negara Jepang atas partisipasi global dalam acara-acara budayanya. Penghargaan ini juga diberikan untuk mendorong minat masyarakat internasional terhadap budaya populer Jepang. Contohnya pada WCC 2019, Penghargaan ini diberikan oleh Kazuhiro Kawase selaku Direktur Divisi Urusan Kebudayaan dan Hubungan Masyarakat Luar Negeri, Kementerian Luar Negeri kepada *Grand Champion*, yaitu Tim Australia.

BAB 4

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Pada beberapa tahun belakangan, budaya populer Jepang terus berkembang ke seluruh dunia. Salah satu budaya populer Jepang yang terus meningkat ini adalah *Cosplay*. *Cosplay* merupakan sebuah hobi untuk berpakaian dan *bermake-up* semirip mungkin dengan karakter *anime*, *manga* ataupun *game*. World Cosplay Summit (WCS) merupakan sebuah acara *cosplay* tahunan yang diselenggarakan di Kota Nagoya, Jepang. *Main event* dari acara ini adalah World Cosplay Championship (WCC), sebuah perlombaan *cosplay* yang mendatangkan tim perwakilan dari berbagai macam negara. Melihat banyaknya negara yang bergabung untuk mengikuti acara ini serta semakin terkenalnya budaya populer Jepang di mata dunia, Kementerian Luar Negeri Jepang kemudian mendukung acara ini. Kementerian Luar Negeri Jepang kemudian juga menggunakan WCS sebagai salah satu alat diplomasi publik mereka.

Diplomasi publik menurut Lee dan Ayhan sendiri merupakan pendekatan yang melibatkan komunikasi langsung dan interaksi dengan masyarakat internasional untuk membangun citra positif dan mempromosikan kepentingan suatu negara. Lee dan Ayhan Memiliki beberapa teori tentang diplomasi publik mereka, salah satunya adalah teori kolaborasi aktif (*active collaboration*). Teori ini memiliki dua tahapan dalam diplomasi publik mereka yaitu, aktor negara dan non-negara memiliki tujuan yang sama dan negara yang mengadakan kolaborasi pertama kali kepada aktor negara. Kedua tahapan ini

kemudian digunakan untuk melihat implementasi diplomasi publik negara Jepang dengan kolaborasinya antara Kementerian Luar Negeri Jepang dengan WCS pada tahun 2006-2019.

Teori *active collaboration* dalam diplomasi publik ini cocok digunakan dalam melihat implementasi diplomasi publik yang pemerintah Jepang, yaitu Kementerian Luar Negeri Jepang lakukan bersama dengan kolaborasinya bersama World Cosplay Summit 2006-2019. Hal ini dapat terlihat dari tujuan yang sama antara aktor non-negara dan aktor negara. Dalam penelitian ini, aktor non-negara yang dimaksud adalah Komite Eksekutif (*Executive Committee*) World Cosplay Summit dan aktor negara adalah pemerintah Jepang, yaitu Kementerian Luar Negeri Jepang. Kementerian Luar Negeri Jepang dan Executive Committee WCS memiliki tujuan utama yang sama, yaitu mempromosikan budaya Jepang (terutama budaya populer mereka) dan mendorong pertukaran budaya, mendukung pariwisata dan pertumbuhan ekonomi Jepang serta memperkuat citra positif Jepang di kancah internasional.

Cara Komite Eksekutif WCS dan Kementerian Luar Negeri Jepang dalam mempromosikan budaya Jepang (terutama budaya populer) dan mendorong pertukaran budaya Pada tahun 2006-2019, WCS *Executive Committee* menghadirkan sembilan hingga 40 negara untuk dalam WCS 2006-2019. Semua negara ini kemudian berlomba untuk memenangkan gelar *Grand Champion* dalam World Cosplay Championship yang merupakan sebuah perlombaan *cosplay* terbesar serta *main event* dalam WCS. Kehadiran para peserta internasional ini kemudian membantu untuk menyebarkan pengaruh budaya Jepang ke seluruh dunia serta, dengan menyatukan peserta dari berbagai latar belakang

budaya, WCS memfasilitasi pertukaran budaya dimana budaya populer Jepang dirayakan dan dibagikan secara global pada acara ini. Dalam hal mendukung pariwisata dan pertumbuhan ekonomi Jepang, Kementerian Luar Negeri Jepang berkolaborasi dengan Komite Eksekutif WCS karena salah satu aspek untuk mempercepat promosi diplomasi ekonomi Jepang adalah dengan cara mempromosikan diplomasi sumberdaya bersama dengan pariwisata Jepang. Dengan adanya WCS, ekonomi Jepang terutama dalam sektor pariwisata tentu saja meningkat. Terutama di Kota Nagoya, tempat dimana WCS ini dilaksanakan karena setiap tahunnya, lebih dari 200.000 orang dari seluruh dunia berkumpul di kota ini untuk mengikuti serta menyaksikan acara ini secara langsung. Melihat, peserta serta pengunjung WCS yang sebagian besar merupakan *cosplayer* dan penggemar *anime* serta *manga*, pada tahun 2017, Pemerintah Kota Nagoya mendeklarasikan kota ini sebagai ‘Cosplay Host Town’ Hal ini terjadi karena Kota Nagoya memiliki peran penting dalam komunitas *cosplay* di dunia dan komitmennya untuk mendukung dan merayakan budaya *cosplay*. Selain itu di kota ini kemudian juga memfasilitasi hotel, taksi dan ruang publik yang ramah untuk *cosplayer*. Tentu Saja ini kemudian juga dapat meningkatkan citra positif Jepang di mata *cosplayer* dan penggemar internasional.

Tahapan yang kedua dalam teori active collaboration dalam diplomasi publik milik Lee dan Ayhan adalah melihat adanya tujuan yang sama antar aktor non-negara dengan aktor negara, aktor negara kemudian mengajak aktor non-negara untuk berkolaborasi. Terlihat pada tahun 2006 hingga 2019, bahwa semakin banyak negara-negara yang ingin bergabung untuk mengikuti acara ini, Kementerian Luar Negeri

Jepang kemudian menyadari bahwa acara ini dapat membuka diplomasi publik Jepang ke berbagai negara yang ingin bergabung. Hal ini kemudian membuat Kementerian Luar negeri Jepang mendukung acara ini pada tahun 2006. Kementerian Luar Negeri Jepang menganggap WCS bermanfaat karena dapat mendorong orang terutama masyarakat internasional untuk mengembangkan minat mereka terhadap budaya Jepang, termasuk budaya populer mereka.

Dengan kolaborasi ini, tentu saja Kementerian Luar Negeri Jepang memberikan berbagai macam dukungan mereka. Beberapa contoh dukungannya adalah dengan menjadi Komite Eksekutif WCS dari tahun 2009. Selain itu Kementerian Luar Negeri Jepang Juga melakukan promosi melalui media massa dan website resmi dimana hal ini kemudian menjadi tugas spesial Kementerian Luar Negeri Jepang untuk mempromosikan serta menggunakan budaya populer Jepang sebagai alat diplomasi mereka. Beberapa media massa dan website resmi yang mempromosikan WCS adalah Website resmi Kementerian Luar Negeri Jepang, Government of Japan (dalam website Public Relation Office), Stasiun TV Aichi, serta media All About Japan. Tidak ketinggalan juga, dukungan yang paling terlihat yang diberikan oleh Kementerian Luar negeri dalam WCS adalah pemberian Penghargaan Menteri Luar Negeri (*Foreign Minister's Prize*) kepada pemenang *Grand Champion World Cosplay Championship*. Penghargaan ini telah diberikan kepada para pemenang sejak tahun 2006.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pemerintah Jepang dalam hal ini merupakan Kementerian Luar Negeri Jepang dengan kolaborasinya bersama World Cosplay Summit 2006-2019, telah berhasil menerapkan teori *active collaboration* untuk mencapai tujuan

diplomasi publik mereka. Dengan memanfaatkan *cosplay* sebagai alat diplomasi publik, Jepang berhasil memperkuat hubungan internasional mereka dengan negara-negara yang ikut dalam WCS 2006-2019. Jepang juga berhasil meningkatkan citra Kota Nagoya sebagai kota yang ramah *cosplayer*, yang kemudian meningkatkan citra negara mereka di mata penggemar serta *cosplayer* internasional.

4.2 Rekomendasi

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa dalam penelitian skripsi yang berjudul ‘Diplomasi Publik Jepang Melalui Cosplay: Studi Kasus World Cosplay Summit 2006-2019’ masih terdapat banyak kekurangan secara analisis dan bentuk penulisan. Penelitian ini hanya mampu menganalisis dari data-data yang terdapat dari website resmi Kementerian Luar Negeri Jepang dan World Cosplay Summit saja. Maka dari itu, peneliti memberikan rekomendasi kepada peneliti selanjutnya dimasa yang akan datang dapat melakukan wawancara kepada Kementerian Luar Negeri Jepang atau World Cosplay Summit untuk mendapatkan informasi serta data data yang lebih mendalam lagi yang tidak terdapat dalam website resmi Kementerian Luar Negeri Jepang dan World Cosplay Summit.

Daftar Pustaka

- Albertson, Marcus. 2022. "Is it Legal to Cosplay in Japan? What You Need to Know." FancyMasks.com. <https://fancymasks.com/is-it-legal-to-cosplay-in-japan/>.
- AnimeCons.com. 2005. "World Cosplay Summit 2005 web site launched." Wikipedia. <https://animecons.com/news/post/107/world-cosplay-summit-2005-web-site-launched>.
- Anime News Network. 2023. "Nagoya & Aichi: Center of Anime & Manga, and Headquarters of Cosplay." Anime News Network. <https://www.animenewsnetwork.com/press-release/2023-01-31/nagoya-and-aichi-center-of-anime-and-manga-and-headquarters-of-cosplay/.194260>.
- Aulia, Ika R. 2022. "DIPLOMASI PUBLIK JEPANG TERHADAP INDONESIA MELALUI BUDAYA." researchgate.net. https://www.researchgate.net/publication/364339830_DIPLOMASI_PUBLIK_JEPANG_TERHADAP_INDONESIA_MELALUI_BUDAYA.
- Berridge, G. R. 2010. *Diplomacy: Theory and Practice*, 2nd ed. New York: Palgrave.
- BROTHER INDUSTRIES, LTD. 2023. "July 24, 2023 World Cosplay Summit 2023 | Brother." Brother Global. <https://global.brother/en/news/2023/230724cosplay>.
- Cabeqq. 2024. "Why Did Cosplay Become Popular? A Deep Dive into the Phenomenon's Origins and Evolution." Cabeqq.com. <https://www.cabeqq.com/why-did-cosplay-become-popular-a-deep-dive-into-the-phenom-enons-origins-and-evolution/>.
- CLAS:H. n.d. "ICGP 2023 Stage Competition | clashcosplay." CLAS:H. Accessed October 27, 2023. <https://www.clashcosplay.com/icgp-stage-2023>.

- ComiPress. 2007. "Winner of World Cosplay Summit 2007 Announced." ComiPress.
<https://www.comipress.com/news/2007/08/05/2434>.
- Donfried, Karl. n.d. "Institute for Cultural Diplomacy." Institute for Cultural Diplomacy.
 Accessed May 1, 2023.
https://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy.
- Hidayat, Muhammad T. 2021. "Mengenal Budaya Pop Jepang." OSC Medcom.id.
<https://osc.medcom.id/community/mengenal-budaya-pop-jepang-1734>.
- Hoff, Edmund W. 2012. "Cosplay as subculture: In Japan and beyond." 149-167.
- Indonesia Proud. 2012. "Cosplayer Indonesia Sabet Juara 3 di World Cosplay Summit 2012
 Championship, Jepang." Indonesia Proud.
<https://indonesiaproud.wordpress.com/2012/08/07/cosplayer-indonesia-sabet-juara-3-di-world-cosplay-summit-2012-championship-jepang/>.
- Jang, Gunjoo, and Won K. Paik. 2012. "Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural
 Diplomacy." *Scientific Research* 3, no. 2 (September): 196-202.
<http://dx.doi.org/10.4236/aasoci.2012.23026>.
- The Japan Foundation. n.d. "About the Japan Foundation." About the Japan Foundation.
 Accessed July 16, 2023. <https://www.jpff.go.jp/e/about/result/ar/2010/pdf/ar2010-01.pdf>.
- The Japan Foundation Jakarta. n.d. "Japan Foundation Jakarta." Japan Foundation Jakarta.
 Accessed October 4, 2023. <https://ja.jpff.go.jp/id/>.
- Japan International Manga Awards. 2023. "The 16th Award Winners." The 16th Award
 Winners|JAPAN INTERNATIONAL MANGA AWARD.
<https://www.manga-award.mofa.go.jp/en/prize/16th/index.html>.

Japan Tourism Marketing Co. 2024. "Overseas Residents' Visits to Japan." Japan-bound Statistics.

https://www-tourism-jp.translate.goog/en/tourism-database/stats/inbound/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc.

Kementerian Luar Negeri Indonesia. n.d. "在本邦インドネシア共和国大使館, in Tokyo, Japan."

在本邦インドネシア共和国大使館, in Tokyo, Japan. Accessed March 5, 2023.

<https://kemlu.go.id/tokyo/lc/read/jepang/1512/etc-menu>.

Kertopati, Lesthia. 2016. "Indonesia Jadi Raja di World Cosplay Summit 2016." CNN Indonesia.

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160812210003-277-151091/indonesia-jadi-raja-di-world-cosplay-summit-2016>.

King, Emerald L. 2023. "*Cosplay Everywhere*" *Costume Diplomacy at the World Cosplay Summit*. 2nd Edition ed. N.p.: Routledge.

Lamerichs, Nicolle. 2013. "The cultural dynamic of doujinshi and cosplay: Local anime fandom in Japan, USA and Europe." *Participations* 10, no. 1 (May): 154-176.

Laras, Enggar W., Laode M. Fathun, and Sindy Y. Putri. 2020. "JAPANESE PUBLIC DIPLOMATION IN CHANGING NATION BRANDING THROUGH THE NIHONGO PARTNERS PROGRAM IN INDONESIA, 2014-2019." *Tanjungpura International Journal on Dynamics Economics, Social Sciences and Agribusiness* 1 (2): 25-38. 0.26418/tijdessa.v1i1.41450.

Lee, Geun. 2009. "A Theory of Soft Power and Korea's Soft Power Strategy." *Korean Journal of Defense Analysis* 21, no. 2 (June): 205-218. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10163270902913962>.

- Lee, Geun, and Kadir Ayhan. 2015. "Why Do We Need Non-state Actors in Public Diplomacy?: Theoretical Discussion of Relational, Networked and Collaborative Public Diplomacy." *JOURNAL OF INTERNATIONAL AND AREA STUDIES* 22 (1): 57-77.
- Lotecki, Ashley. 2012. "Cosplay Culture: The Development of Interactive and Living Art through Play."
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. 2022. "Pop-Culture Diplomacy." Ministry of Foreign Affairs of Japan. <https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/index.html>.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. 2011. "MOFA: World Cosplay Summit 2011 Conferment of Foreign Minister's Prize and Cosplayers' Visit to Tohoku." Ministry of Foreign Affairs of Japan. <https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/wcs2011.html>.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. 2013. "World Cosplay Summit 2013 Conferment of Foreign Minister's prize." Ministry of Foreign Affairs of Japan. https://www.mofa.go.jp/policy/culture/page5e_000020.html.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. 2014. "Courtesy Call on Mr. Seiji Kihara, Parliamentary Vice-Minister for Foreign Affairs, by Representatives of the World Cosplay Summit 2014." Ministry of Foreign Affairs Of Japan. Courtesy Call on Mr. Seiji Kihara, Parliamentary Vice-Minister for Foreign Affairs, by Representatives of the World Cosplay Summit 2014.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. 2019. "World Cosplay Summit 2019 Conferment of Foreign Minister's Prize." Ministry of Foreign Affairs of Japan. https://www.mofa.go.jp/p_pd/ca_opr/page24e_000251.html.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. 2021. "Economic Diplomacy." Ministry of Foreign Affairs of Japan. <https://www.mofa.go.jp/policy/economy/index.html>.

- Ministry of Foreign Affairs Of Japan. 2022. "The World Cosplay Summit 2022." Ministry of Foreign Affairs of Japan. https://www.mofa.go.jp/p_pd/ca_opr/page23e_000633.html.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. 2022. "Pop-Culture Diplomacy." Ministry of Foreign Affairs of Japan. <https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/index.html>.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. 2023. "World Cosplay Summit." Ministry of Foreign Affairs of Japan. https://www.mofa.go.jp/policy/culture/page5e_000021.html.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. 2023. "The World Cosplay Summit 2023." Ministry of Foreign Affairs of Japan. https://www.mofa.go.jp/p_pd/ca_opr/page23e_000653.html.
- Mustaqim, Sidik A. 2018. "UPAYA JEPANG DALAM MEMPOPULERKAN PROGRAM COOL JAPAN SEBAGAI NATION BRANDING." *eJournal Ilmu Hubungan Internasional* 6 (4): 1405-1418. [https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/10/eJournal%20COOL%20JAPAN%20\(10-02-18-04-33-45\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/10/eJournal%20COOL%20JAPAN%20(10-02-18-04-33-45).pdf).
- Nurika, Riski R. 2017. "Peran Globalisasi di Balik Munculnya Tantangan Baru Bagi Diplomasi di Era Kontemporer." *Jurnal Sospol* 3 No.1:126-141.
- Oguri, Tokumaru. 2016. "世界コスプレサミットの意義, 可能性, 課題 : 文化の伝播と受容から." *CATS 叢書* 8 (March): 17-64. <http://hdl.handle.net/2115/61140>.
- Ohtani. 2023. "World Cosplay Summit 2023: The World's Largest Cosplay Festival is Making a Comeback!" *THIS IS JAPAN*, March 28, 2023. <https://thisis-japan.com/world-cosplay-summit-2023/>.
- Panikkar, K. M., Bombay, and Calcutta. 1956. "The Principles and Practice of Diplomacy." *International Affairs* 32 (4). <https://doi.org/10.2307/2606282>.

- Pratama, Muhammad A. 2019. "Diplomacy of Japan (Diplomasi Jepang)." ReaserchGate. https://www.researchgate.net/publication/355466225_Diplomacy_of_Japan_Diplomasi_Jepang.
- R.A. 2020. "Cosplay in japan." Japan Experience. <https://www.japan-experience.com/all-about-japan/tokyo/pop-culture/cosplay-in-japan>.
- Setiawan, Asep. 2016. *Teori dan Praktik Diplomasi*. N.p.: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- St, Patrick. 2015. "Can Japan Prove Its Cool Factor to the Rest of the World?" The Atlantic. <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2015/03/japan-and-the-power-of-coolness/387664/>.
- Talitha, Tasya. n.d. "8 Budaya Jepang yang Terkenal sampai Saat Ini!" Gramedia. Accessed March 5, 2023. <https://www.gramedia.com/literasi/budaya-jepang-yang-terkenal/>.
- Toshiya, Nakamura. 2013. "Nagoya Repository." *Japan's New Public Diplomacy : Coolness in Foreign Policy Objectives* 5 (1): 1-23.
- U, Nugraheni N. 2023. "Diplomasi Budaya Jepang melalui World Cosplay Summit." *Kompasiana*, June 7, 2023. <https://www.kompasiana.com/nugraheninurqolby/6480587108a8b514300aab82/diplomasi-budaya-jepang-melalui-world-cosplay-summit>.
- Valaskivi, Katja. 2016. *Cool Nations: Media and the Social Imaginary of the Branded Country*. N.p.: Taylor & Francis Group.
- Wardana, I Made W., Idin Fasisaka, and Putu R. Dewi. 2015. "PENGUNAAN BUDAYA POPULER DALAM DIPLOMASI BUDAYA JEPANG MELALUI WORLD COSPLAY

- SUMMIT.” *DIKSHI (DISKUSI ILMIAH KOMUNITAS HUBUNGAN INTERNASIONAL)*
1, no. 3 (June). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/hi/article/view/13475>.
- World Bank. 2021. “GDP (current US\$) - Japan | Data.” World Bank Data.
<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=JP>.
- World Cosplay Summit. 2008. “World Cosplay Summit Regulations.” Internet Archive: Way
Back Machine.
<https://web.archive.org/web/20080809152622/http://www.tv-aichi.co.jp/wcs/e/preliminary/regulation.html>.
- World Cosplay Summit. 2019. “ワールドコスプレチャンピオンシップ 大会ルール 2023版 |
WORLD COSPLAY CHAMPIONSHIP RULE 2023ver.” YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=OLC731Y4qpQ&t=51s>.
- World Cosplay Summit. 2019. “World Cosplay Summit.” World Cosplay Summit.
<https://worldcosplaysummit.jp/en>.
- World Cosplay Summit. 2022. “World Cosplay Summit History.” Chronology of the WCS that
we have made together | WORLD COSPLAY SUMMIT 2022 ~20th ANNIVERSARY~
SPECIAL SITE. <https://www.worldcosplaysummit.jp/20th/en/history/>.
- World Cosplay Summit. 2023. “World Cosplay Summit 2023.” 世界コスプレサミット2023 | コス
プレイベント 世界最大級のコスプレの祭典. <https://worldcosplaysummit.jp/2023/>.
- World Cosplay Summit. 2023. “World Cosplay Championship | World Cosplay Summit 2023.”
YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=FPTj8q3OCSs>.
- World Cosplay Summit. 2024. “Membership Countries & regions and Contract Period for 2024.”
World Cosplay Championship 2024. Membership Countries®ions and Contract Period
for 2024.

World Cosplay Summit. 2024. “To Become A Member Country & Region.” World Cosplay Championship 2024. <https://wcc.worldcosplaysummit.jp/en/preliminary/howto/>.

World Cosplay Summit. n.d. “A Guide To Becoming A Player.” A GUIDE TO BECOMING A PLAYER | WORLD COSPLAY SUMMIT 2023. Accessed March 6, 2024. <https://worldcosplaysummit.jp/2023/en/championship/hotw-to-participate>.

World Cosplay Summit. n.d. “Representative Cosplayers Information.” チャンピオンシップ | WORLD COSPLAY SUMMIT 2023. Accessed August 12, 2023. https://worldcosplaysummit.jp/en/championship#championship_teamlist.

World Cosplay Summit 2023. 2023. “History of World Cosplay Summit.” HISTORY OF THE CHAMPIONSHIP | WORLD COSPLAY SUMMIT 2023. <https://worldcosplaysummit.jp/2023/en/championship/history>.

World Cosplay Summit 2023. 2023. “Outline.” Wikipedia, the free encyclopedia. <https://worldcosplaysummit.jp/2023/en/infomation/introduction>.