
Manifestasi budaya populer Jepang di Amerika Serikat Melalui Anime Convention Sebagai Upaya Diplomasi Publik

Sekar Ghearaksa¹⁾, Sukma Sushanti¹⁾, Anak Agung Ayu Intan Prameswari³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana.

Abstrak

Jepang merupakan negara yang saat ini banyak dikenal dengan *soft power*-nya. Salah satu *soft power* yang dimiliki oleh Jepang ialah anime. Anime merupakan serial animasi khas Jepang yang diambil dari kata 'Animation' dengan pelafalan khas Jepang. Anime saat ini dinikmati oleh banyak masyarakat dari berbagai belahan dunia. Sebagai wadah bagi para pecinta anime, maka dibuatlah acara tahunan yang disebut dengan Anime Convention. Anime Convention merupakan konvensi penggemar dengan fokus utama pada anime, manga, dan budaya Jepang. Konvensi ini biasanya merupakan acara yang diselenggarakan di pusat konvensi, hotel, atau kampus. *Anime Convention*, seperti Anime Expo, dapat dilihat sebagai bentuk diplomasi publik untuk Jepang di Amerika Serikat. Konvensi ini menyediakan platform bagi anime dan manga Jepang untuk dipamerkan dan dirayakan, dan mereka menarik beragam penggemar dari berbagai latar belakang dan budaya. Popularitas anime dan manga telah membantu mempromosikan citra Jepang dan masyarakat Jepang. Singkatnya, *Anime Convention* dapat dilihat sebagai bentuk diplomasi publik untuk Jepang di Amerika Serikat. Konvensi ini menyediakan platform bagi anime dan manga Jepang untuk dipamerkan dan dirayakan, yang mana hal tersebut tentunya menarik beragam penggemar dari berbagai latar belakang dan budaya. Popularitas anime dan manga telah membantu mempromosikan citra Jepang dan Jepang yang lebih manusiawi dan relatable. Cosplay, kegiatan populer di konvensi anime, juga telah menjadi bentuk ekspresi budaya baru yang penting dalam masyarakat Amerika, dan pemerintah Jepang dapat memainkan peran utama dalam mengurangi risiko perubahan preferensi Amerika dengan mendukung industri dalam negeri dan memproduksi lebih banyak judul untuk disebarluaskan ke Amerika Serikat bahkan negara lainnya.

Kata-kunci : *Soft Power*, Diplomasi Publik, *Anime*, Jepang, Amerika Serikat.

Abstract

Japan is a country that is currently widely known for its soft power. One of the soft powers possessed by Japan is anime. Anime is a typical Japanese animated series taken from the word 'Animation' with a typical Japanese pronunciation. Anime is currently enjoyed by many people from various parts of the world. As a forum for anime lovers, so an annual event called Anime Convention was created. Anime Convention is a fan convention with a primary focus on anime, manga, and Japanese culture. These conventions are usually events held at convention centers, hotels, or campuses. Anime conventions, such as Sakura-Con and Japan Expo USA, can be seen as a form of public diplomacy for Japan in the United States. These conventions provide a platform for

Japanese anime and manga to be showcased and celebrated, and they attract a diverse audience of fans from different backgrounds and cultures. The popularity of anime and manga has helped to promote a more human and relatable image of Japan and the Japanese. In summary, anime conventions can be seen as a form of public diplomacy for Japan in the United States. These conventions provide a platform for Japanese anime and manga to be showcased and celebrated, and they attract a diverse audience of fans from different backgrounds and cultures. The popularity of anime and manga has helped to promote a more human and relatable image of Japan and the Japanese. Cosplay, a popular activity at anime conventions, has also become an important new form of cultural expression in American society, and the Japanese government could play a major role in mitigating the risk of changing American preferences by supporting its home industry and producing more titles that cater to the United States or other countries.

Keywords : *Soft Power, Public Diplomacy, Anime, Japan, United States.*

Kontak Penulis

Sekar Ghearaksa

Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana

Jl. PB. Sudirman, Dangin Puri Klod, Kec. Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali 80234

Telp: 0000 Fax: 0000

E-mail : sekaryogn@gmail.com

PENDAHULUAN

Budaya Jepang telah dikenal luas di berbagai negara, tidak terkecuali bagi Amerika Serikat. Hal ini dikarenakan Jepang semakin menonjolkan budayanya, nyatanya budaya Jepang saat ini sedang di gandrungi oleh masyarakat diseluruh dunia, budaya pop di Jepang juga mengalir ke kehidupan sehari-hari, berlawanan dengan minat yang lebih seperti hobi. Budaya pop Jepang ini kemudian menjadi terkenal di seluruh negara, hal ini tentunya karena budaya pop Jepang tersebut unik dan menarik. Salah satu budaya pop Jepang yang semakin populer dan paling digemari, ialah anime.

Anime diambil dari kata *Animation* dengan pelafalan khas Jepang. Dapat dikatakan, anime sebagai kebudayaan Jepang dapat dijadikan sebuah produk dagang. Bagi Amerika Serikat, anime merupakan salah satu instrumen Diplomasi Jepang yang sudah masuk sejak tahun 1960an dan terus berkembang. Diplomasi Publik tersebut tentunya dapat terjadi karena adanya peran aktor-aktor yang terlibat didalamnya, seperti *Multinational Corporation* (MNC), Industri anime itu sendiri, Pemerintah, serta Publik. Animasi yang diproduksi oleh studio-studio tersebut sudah pasti merupakan suatu adaptasi dari komik Jepang, dalam upaya menyebarkan budaya Jepang dengan cara mempromosikan komik maupun animasi khas mereka. Perkembangan anime yang cukup pesat di Amerika Serikat, menginisiasi untuk dirumuskannya sebuah program tahunan Anime Convention.

Pada tahun 1991, tahun dimana Anime Convention pertama kali dilaksanakan, acara tersebut berhasil meraih 1000 pengunjung. Angka yang cukup besar didapatkan untuk acara yang pertama kali diselenggarakan. Hingga akhirnya, di tahun – tahun berikutnya, jumlah pengunjung dari acara Anime Con

tersebut terus meningkat, hingga pada tahun 2001, jumlah pengunjungnya menyentuh angka 13000 pengunjung.

Kemudian 2002 hingga 2011, semakin banyak masyarakat Amerika Serikat yang menghadiri acara Anime Con. Kemudian setiap tahunnya, Anime Con mengalami peningkatan pengunjung sebanyak 1%.

Tahun 2015, Anime Con di Amerika Serikat mencapai angka 115.000 pengunjung, sejak tahun 2012, rata-rata pengunjung Anime Con naik sebanyak 20%. Namun di tahun 2022, Anime Con mengalami penurunan pengunjung sebanyak 10%. Anime Con di tahun 2022 hanya mendapatkan 100.000 pengunjung. Dari data-data tersebut penulis mendapati bahwa terjadinya Diplomasi Publik yang dilakukan oleh Jepang di Amerika Serikat, dengan fokus pada tahun 2012 – 2022.

Salah satu hal yang mendarik dari Anime Con dan hanya terdapat di Anime Con, tidak terdapat di konvensi lainnya ialah *cosplay*. *Cosplay* merupakan singkatan dari “*Costume play*”, yang mana *cosplay* mengacu pada aktivitas atau praktik berdandan sebagai karakter dari karya fiksi, seperti buku komik, video game, atau acara televisi, dalam Anime con, *cosplay* banyak dilakukan untuk meniru karakter dari suatu anime atau manga *favorite* mereka. Hal tersebutlah yang kemudian membuat para penggemar semakin menggandrungi Anime Con, dapat dikatakan *cosplay* merupakan acara khas dari Anime Con.

Menurut sebuah artikel di The Diplomat, *cosplay*, kegiatan populer di konvensi anime, juga telah menjadi bentuk ekspresi budaya baru yang penting dalam masyarakat Amerika. Artikel tersebut menyarankan bahwa praktisi diplomasi publik Jepang harus memperhatikan meningkatnya minat AS terhadap *cosplay* dan preferensi Amerika yang berubah dari karakter Jepang seiring dengan pertumbuhan pasar

cosplay. Pemerintah Jepang dapat memainkan peran utama dalam mengurangi risiko ini dengan mendukung industri dalam negerinya di belakang layar dan memproduksi lebih banyak judul yang melayani Barat.

Dalam artian lainnya, hanya Jepang yang dapat melakukan diplomasi publik dimana membuat publik di negara lain menggemarkan budaya pop Jepang (Anime) dengan cara berdandan/bergaya seperti karakter dari suatu anime tersebut (*cosplay*).

Dalam bukunya, Joseph Nye menjelaskan bahwa *soft power* merupakan kemampuan untuk mendapatkan apa yang diinginkan melalui daya tarik daripada paksaan atau pembayaran. Hal tersebut muncul dari daya tarik budaya, cita-cita politik, dan kebijakan suatu negara. Ketika kebijakan suatu negara dipandang sah oleh negara lain, maka *soft power* negara tersebut akan meningkat. Karakteristik Utama dari diplomasi publik adalah *soft power*. Seperti yang dikatakan Oleh Joseph Nye dimana, pada akhir perang dingin, Aktor-aktor Internasional mengeluarkan berbagai macam ekspresi untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan di dunia internasional. *Soft power* dapat berguna dalam menarik perhatian dunia internasional. *Soft power* merupakan cara lain dari *power* yang dapat digunakan dengan cara memikat, dengan menebarkan pesona maka dapat membuat negara lain menyetujui pendapat suatu negara bahkan berpihak kepada negara tersebut.

Dalam tabel tersebut, terlihat penggunaan *soft power* melibatkan *referees* yaitu pihak yang menjadi sumber rujukan legitimasi dan kredibilitas dan juga *receivers* yang merupakan target atau sasaran yang dituju. Dapat dikatakan bahwa *pop culture* melibatkan hubungan antara media dan pasar sebagai *referees* dengan publik atau dapat dikatakan masyarakat di negara lain sebagai *receivers*. Pada penelitian ini dapat dikatakan bahwa anime sebagai salah satu

wujud *pop culture* Jepang bergantung dari penerimaan khalayak dari negara lain dalam hal ini Amerika Serikat, untuk dikatakan mampu mempromosikan kepentingan negara asal dan mencapai hasil yang diinginkan. Anime sebagai sebuah *pop culture* sangatlah mudah diakses oleh khalayak di Amerika Serikat yang dapat di akses melalui *platform streaming* yang sudah tersedia.

Lalu menurut Jan Melissen, Diplomasi publik mengacu pada keterlibatan pemerintah dengan publik asing, baik sebagai target atau generator kegiatan diplomatik, atau sebagai konsumen diplomasi. Ini melibatkan penggunaan berbagai alat dan teknik komunikasi untuk mempromosikan citra, nilai, dan kepentingan suatu negara di luar negeri, dan untuk membangun hubungan dengan publik asing. Diplomasi publik dipandang sebagai tren yang berkembang dalam hubungan internasional, dengan banyak negara mengembangkan kebijakan dan strategi diplomasi publik mereka sendiri.

Melissen juga mengatakan bahwa Diplomasi publik juga melibatkan proyeksi nilai, budaya, dan kebijakan suatu negara kepada khalayak asing. Hal tersebut menyoroti pentingnya diplomasi publik dalam membangun hubungan dan mempromosikan citra dan kepentingan suatu negara di luar negeri, dan tantangan dan peluang untuk terlibat dengan publik asing di dunia yang berubah dengan cepat. Peran aktor non-negara dan kelompok masyarakat sipil, dalam membentuk diplomasi publik. Diplomasi publik juga memiliki peran dalam konteks pembangunan internasional. Dapat dikatakan bahwa diplomasi publik dapat menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan tujuan pembangunan, seperti pengurangan kemiskinan, kesehatan, pendidikan, dan kesetaraan gender, dengan membangun kemitraan dan terlibat dengan masyarakat lokal.

Sehingga Penelitian ini memiliki tujuan untuk Memberikan gambaran ataupun deskripsi tentang upaya diplomasi publik Jepang melalui Anime Con di Amerika Serikat, yang mana anime tersebut merupakan salah satu *soft power* yang dimiliki oleh Jepang.

METODE

Dalam penelitian kali ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, untuk memahami bagaimana Jepang menggunakan *soft power* yang mereka miliki, serta memanfaatkan *soft power* tersebut. Selain itu, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, penulis dapat menjelaskan secara rinci tentang fenomena Anime yang terjadi di Amerika Serikat, dimana fenomena tersebut merupakan salah satu sumber *soft power* yang dimiliki oleh Jepang.

Penulis menggunakan literatur “Publik Diplomacy and Soft Power” karya Joseph S. Nye, Jr, dalam jurnal *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* (2008) sebagai perbandingan penelitian ini. Artikel ini menjelaskan tentang *soft power* yang merupakan kekuatan suatu negara, dimana kekuatan tersebut bertumpu pada sumber daya budaya, nilai, dan kebijakannya. Serta menjelaskan tentang *public diplomacy*, yang mana diplomasi publik merupakan sarana untuk mempromosikan *soft power* suatu negara, dapat dikatakan bahwa diplomasi publik adalah alat penting dalam gudang kekuatan cerdas, tetapi diplomasi publik yang cerdas membutuhkan pemahaman tentang peran kredibilitas, kritik diri, dan masyarakat sipil dalam menghasilkan *soft power*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Dinamika Anime Jepang

Animasi Jepang telah ditemukan baru-baru ini di Barat dan popularitasnya mulai tumbuh dalam lebih dari 20 tahun. Seperti contohnya ialah ketenaran Studio Ghibli dan Hayao Miyazaki, yang memenangkan Oscar dengan

Spirited Away pada tahun 2003, atau juga tahun 90-an ketika sebagian besar anak-anak di Amerika Serikat dan Eropa menonton Pokémon di pagi hari, dan ini memulai fenomena yang disebut sebagai “budaya anime”. Budaya anime tersebut memiliki pandangan positif yang dapat dikatakan juga sebagai bentuk seni signifikan yang dapat dianalisis menggunakan berbagai pendekatan kritis. Christopher Bolton berpendapat bahwa anime bukan hanya bagian dari budaya pop tetapi juga dapat dikonsumsi sebagai karya seni tinggi. Dia juga menekankan pentingnya memahami konteks budaya dan sejarah di mana karya anime muncul, serta konteks teknologi dan industri di mana mereka diproduksi. Bolton juga menunjukkan bahwa anime adalah bentuk seni yang kompleks dan beragam yang patut mendapat perhatian dan analisis kritis yang serius.

Banyak hal yang menyebabkan meningkatnya popularitas anime, seperti contohnya ialah popularitas *video game online*, acara, media, dan acara online, yang kemudian membuat pasar anime di seluruh dunia berkembang secara signifikan dalam skala global. Selain itu, popularitas layanan *streaming* seperti Netflix dan Amazon Prime serta portal video online seperti YouTube sangat membantu perluasan sektor anime. Dengan adanya *platform streaming* tersebut, masyarakat global dapat mengakses anime secara mudah yang kemudian menjadi salah satu penyebab dari meningkatnya popularitas anime di masyarakat.

Dari banyaknya pasar internasional yang beredar, salah satu pasar yang menjadi pesaing kuat di antara banyaknya pasar internasional ialah industri anime. Belakangan ini, industri anime sedang gencar untuk meningkatkan kualitasnya agar sesuai dengan modernisasi produksi seni. Dapat dikatakan bahwa industri anime bergerak cepat menuju modernisasi dan pengembangan sesuai dengan teknologi yang

baru dikembangkan, meningkatkan efektivitas dan output keseluruhan industri anime dengan tujuan akhir untuk tetap kompetitif di pasar dunia. Akhirnya, Pada Maret 2021, di Tokyo AnimeJapan 2021 Expo, yang merupakan Anime Convention, Netflix Inc. menyatakan niatnya untuk meluncurkan serial anime baru. Pada acara tersebut, perusahaan mengumumkan peluncuran 40 serial anime. Bisnis ini membuat niat untuk merilis dua kali lebih banyak acara dan serial anime pada tahun 2020. Dari hal tersebutlah kemudian penulis dapat melihat hubungan antara anime sebagai budaya Jepang dengan Netflix yang merupakan perusahaan asal Amerika Serikat.

4.2 Anime Sebagai Soft Power Jepang

Mengacu pada *Soft Power Index 2021*, Jepang menduduki peringkat 10 besar dalam "Negara dengan *Soft Power* maksimum di dunia" dimana peringkat satunya diduduki oleh Jerman. Berdasarkan *Soft Power Index 2021 by Brand Finance*, Jepang menduduki peringkat ke-2 bukan tanpa alasan. Jepang merupakan negara Asia dengan kinerja terbaik dan kedua secara keseluruhan, selain itu Jepang terus memberikan hasil dari *brand*-nya yang kuat, tingkat konsumen yang kuat, dan investasi bisnis tingkat tinggi, yang membuat Jepang menempati peringkat pertama dalam pilar Bisnis dan Perdagangan.

Dalam segi ekspor budaya, anime menjadi produk berisi seni, musik, dan narasi yang menampilkan lanskap budaya Jepang. Hal tersebut merupakan ekspor budaya yang signifikan yang telah mendapatkan popularitas besar di seluruh dunia, berkontribusi pada *soft power* Jepang. Dengan ekspor budaya tersebut, Jepang dapat mempromosikan budayanya, meskipun anime biasanya berfokus pada fantasi dan genre dengan konsep di luar dunia ini, budaya dan adat istiadat Jepang masih ada di dalamnya.

Pemerintah Jepang juga telah mengakui anime sebagai komponen penting dari strategi *soft power* nya. Pemerintah telah menggunakan anime sebagai alat untuk mempromosikan budaya dan nilai-nilai Jepang, serta untuk meningkatkan ekonomi negara dan pengaruh global. Terdapat berbagai cara dimana pemerintah Jepang menganggap anime sebagai *soft power* nya, seperti contohnya ialah sebagai *Rebranding* Bangsa. Pada 1990-an, Jepang menghadapi tantangan dalam bidang ekonomi, sehingga pemerintah beralih ke anime dan manga sebagai salah satu kekuatan terbesarnya untuk mengubah citra bangsa dan bangkit kembali dari tantangan tersebut. Pemerintah mengakui bahwa anime dapat digunakan sebagai *soft power* untuk meningkatkan perekonomian negara dan pengaruh global.

Lalu pemerintah Jepang juga menghubungkan anime dengan hubungan internasional, dimana pemerintah Jepang telah menghubungkan anime dengan hubungan internasional dan menilainya sebagai elemen utama dari *soft power* Jepang. Pemerintah mengakui bahwa anime memiliki potensi untuk membentuk sikap konsumen internasional tentang Jepang dan mendorong mereka untuk terlibat dengan budaya Jepang.

Pemerintah Jepang telah mengakui anime dan manga sebagai bagian penting dari kebijakan budaya dan telah menyatakannya sebagai prioritas dalam meningkatkan pertukaran budaya antara Jepang dan negara lain. Pemerintah Jepang memainkan peran penting dalam mendukung dan mempromosikan industri anime. Berikut adalah beberapa cara di mana pemerintah terlibat :

- a. *Cultural Policies*: Pemerintah Jepang telah mengakui anime dan manga sebagai bagian penting dari kebijakan budaya dan telah menyatakannya sebagai prioritas dalam meningkatkan pertukaran budaya

antara Jepang dan negara lain. Pengakuan ini menyoroti komitmen pemerintah untuk mempromosikan dan melestarikan animasi Jepang.

- b. **Promosi Industri:** Pemerintah telah menerapkan inisiatif promosi industri untuk mendukung industri anime. Inisiatif ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan dan perkembangan industri dengan menyediakan sumber daya, pendanaan, dan dukungan kepada pembuat dan studio anime.
- c. **Business Lobbies:** Ada beberapa lobi bisnis di Jepang yang ada di bidang ekonomi, dengan salah satu yang terbesar yakni dalam mempromosikan anime. Lobi-lobi ini mendorong negara untuk terus mempromosikan media dengan cara apa pun yang memungkinkan. Mereka mengakui nilai ekonomi anime dan mengadvokasi pertumbuhan dan kesuksesannya yang berkelanjutan.
- d. **Cool Japan Fund:** Beberapa waktu lalu, pemerintah Jepang telah menginvestasikan dana dan sumber daya ke anime melalui *Cool Japan Fund*. Dana ini telah mendukung ekspansi global anime dengan berinvestasi di distributor anime dan mempromosikan animasi Jepang secara internasional.
- e. **Pertumbuhan Pariwisata dan Ekonomi:** Pemerintah mengakui potensi anime sebagai pariwisata dan pertumbuhan ekonomi. Ini mengakui popularitas anime di seluruh dunia dan secara aktif mempromosikannya sebagai daya tarik budaya bagi wisatawan yang berkunjung ke Jepang.

Kesimpulannya, pemerintah Jepang memainkan peran penting dalam mendukung dan

mempromosikan industri anime melalui kebijakan budaya, inisiatif industri, lobi bisnis, dan investasi. Pengakuannya terhadap anime sebagai aset budaya dan ekonomi menunjukkan komitmennya terhadap pertumbuhan dan kesuksesan industri.

4.3 Anime Convention

Anime Convention atau yang biasa disebut dengan *Anime Con* ialah acara yang dilaksanakan untuk merayakan animasi Jepang dan budaya pop Jepang, seperti anime, manga, dan game. *Anime con* merupakan acara yang berlangsung selama beberapa hari diselenggarakan di pusat konvensi, hotel, atau kampus. Acara tersebut menampilkan berbagai macam kegiatan dan panel, dengan jumlah peserta yang berpartisipasi dalam *cosplay* lebih banyak dibandingkan dengan jenis konvensi lainnya.

Anime con tentunya memiliki sejarah panjang dan beragam di seluruh dunia, *Anime con* pertama yang diketahui adalah *Comiket*, yang diadakan di Jepang pada tahun 1975. Sejak itu, *Anime con* telah menyebar ke negara lainnya, termasuk Amerika Serikat. *Anime con* tersebut bermula sebagai pertemuan massal di mana penggemar dapat membeli dan menjual manga dan *doujinshi*¹. Kemudian sejak saat itu *Anime con* telah berkembang untuk memasukkan jenis acara lainnya yang berkaitan dengan penggemar, termasuk *cosplay* dan pemutaran perdana anime.

Anime con tentunya memiliki dampak signifikan pada *soft power* Jepang di negara lain. Penulis mendapati bahwa *Anime con* dapat dijadikan promosi bagi budaya Jepang, hal tersebut tentunya dikarenakan *Anime con* merupakan pertemuan yang menyoroti manga,

¹ *Doujinshi* adalah istilah Jepang untuk penyebutan karya seperti komik dan majalah secara independent. (Winasis, 2022)

animasi Jepang, dan bagian dari budaya Jepang. Acara yang diadakan selama satu hingga beberapa hari tersebut tentunya menyediakan *platform* untuk mempromosikan budaya dan nilai-nilai Jepang. Anime con telah membantu menciptakan citra positif Jepang dan rakyatnya, yang telah berkontribusi pada *soft power* Jepang. Dapat dikatakan bahwa Anime con adalah contoh unik dari *soft power*, karena Anime con membentuk sikap konsumen internasional tentang Jepang dan mendorong mereka untuk terlibat dengan budaya Jepang. Anime con juga menjadi cara bagi Jepang untuk memamerkan ekspor budayanya, seperti anime dan manga, dan mempromosikan *soft power*-nya. Melalui Anime con, Jepang menghasilkan pendapatan bagi ekonomi Jepang melalui pariwisata, penjualan barang dagangan, dan kegiatan terkait lainnya. Anime con juga salah satu cara bagi Jepang untuk meningkatkan ekonominya dan mendapatkan lebih banyak kekuatan melalui *soft power*.

Anime convention mulai muncul di Amerika Serikat pada awal 1980-an. Anime Con pertama yang diselenggarakan di Amerika Serikat ialah A-Kon yang dimulai pada tahun 1990, namun hal tersebut masih menjadi sebuah kontroversi yang diperdebatkan, karena sebagian menganggap bahwa Anime Con yang pertama kali diselenggarakan ialah YamatoCon sebagai konvensi "yang dikhususkan untuk animasi Jepang" pertama kali diadakan pada tahun 1983 di Dallas, Texas. Sejak itu, beberapa Anime Con lainnya telah muncul di banyak negara bagian. Meskipun begitu, Anime Con yang diadakan di San Jose, California pada tahun 1991 merupakan Anime Con yang terkenal karena menjadi konvensi pertama yang menembus angka 1.000 pengunjung. Hal tersebut tentunya merupakan angka yang cukup besar dan membuat Anime Con meledak dalam popularitas sejak Anime Con sebelumnya hanya dihadiri oleh beberapa ratus orang, tentunya angka tersebut tercatat

dalam sejarah Anime Con bahwa tahun 1991 merupakan tahun dimana Anime Con pertama kali meraih 1000 pengunjung.

Pertumbuhan anime di Amerika Serikat tidak perlu dipertanyakan lagi, meskipun agak sulit untuk diukur. Pertumbuhan anime di Amerika Serikat dapat dilihat dari banyaknya layanan *streaming* yang menyalurkan anime seperti Crunchyroll yang memiliki lebih dari 2 juta pelanggan berbayar (*subscription*), dengan 40 juta pengguna terdaftar. Selain Crunchyroll, terdapat juga Funimation, Netflix dan Amazon *platform streaming* berbasis Amerika Serikat yang menyalurkan layanan anime, dapat dikatakan bahwa penyebaran Anime di Amerika Serikat juga dipengaruhi oleh *Non State Actor* dalam bidang *platform streaming*.

Acara yang diadakan selama satu hingga beberapa hari tersebut tentunya menyediakan *platform* untuk mempromosikan budaya dan nilai-nilai Jepang. Anime con telah membantu menciptakan citra positif Jepang dan rakyatnya, yang telah berkontribusi pada *soft power* Jepang. Dapat dikatakan bahwa Anime con adalah contoh unik dari *soft power*, karena Anime con membentuk sikap konsumen internasional tentang Jepang dan mendorong mereka untuk terlibat dengan budaya Jepang. Anime con juga menjadi cara bagi Jepang untuk memamerkan ekspor budayanya, seperti anime dan manga, dan mempromosikan *soft power*-nya. Melalui Anime con, Jepang menghasilkan pendapatan bagi ekonomi Jepang melalui pariwisata, penjualan barang dagangan, dan kegiatan terkait lainnya. Anime con juga salah satu cara bagi Jepang untuk meningkatkan ekonominya dan mendapatkan lebih banyak kekuatan melalui *soft power*.

Terdapat banyak layanan *streaming* asal Amerika Serikat yang mendistribusikan anime, seperti Crunchyroll dan Netflix. Crunchyroll

adalah layanan *streaming* Amerika yang mendistribusikan film dan serial televisi yang diproduksi oleh media Asia Timur, termasuk anime Jepang. Didirikan pada tahun 2006 oleh sekelompok lulusan University of California, Berkeley. Saluran distribusi dan program kemitraan Crunchyroll mengirimkan konten ke lebih dari 100 juta pengguna terdaftar di seluruh dunia. Layanan ini berkantor pusat di San Francisco, California, dengan cabang Jepang berlokasi di Shibuya, Tokyo. Crunchyroll adalah anak perusahaan dari AT&T's Otter Media, dan dari 2016 hingga 2018, perusahaan bermitra dengan Funimation. (David, 2016). Sedangkan Netflix merupakan layanan *streaming* berbasis Amerika Serikat yang mendistribusikan film dan serial televisi yang diproduksi oleh perusahaan media dengan nama yang sama dari berbagai negara, termasuk Jepang. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1997 oleh Reed Hastings dan Marc Randolph di Scotts Valley, California. Netflix memiliki lebih dari 100 juta pengguna terdaftar di seluruh dunia, dan berkantor pusat di Los Gatos, California, dengan kantor di banyak negara di seluruh dunia.

Penulis mendapati bahwa *Platform streaming* seperti Crunchyroll dan Netflix telah membuat anime lebih mudah diakses daripada sebelumnya. Penggemar dapat menonton anime dari mana saja di dunia, dan mereka dapat menontonnya sesuai jadwal mereka sendiri. Hal tersebut tentunya menyebabkan peningkatan popularitas anime dan telah membantu industri anime tumbuh. *Platform streaming* memiliki dampak signifikan pada pendapatan industri anime. Karena semakin banyak penggemar yang dapat menyaksikan anime dengan mudah dan secara legal, membuat para penggemar berhenti membajak film dengan situs *illegal*, sehingga industri anime juga menghasilkan lebih banyak uang, hal seperti ini dapat menyebabkan nilai industri anime meroket.

Platform streaming juga berdampak pada produksi anime. Mereka telah menginvestasikan sumber daya yang cukup besar dalam memperoleh anime judul lama dan mendanai produksi yang lebih baru. Hal ini telah menyebabkan peningkatan jumlah produksi anime dan telah membantu industri anime tumbuh. Hal seperti inilah yang kemudian menyebabkan banyak industri anime yang bekerjasama dengan *platform streaming*. Dapat dikatakan, industri anime yang berasal dari Jepang bekerjasama dengan *platform streaming* asal Amerika Serikat, tentunya menyebabkan hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua negara tersebut. Salah satu *platform streaming* Netflix telah menjalin kemitraan produksi dengan industri anime yakni MAPPA. MAPPA adalah studio animasi Jepang yang didirikan oleh Masao Maruyama pada Juni 2011. Nama MAPPA adalah singkatan dari Maruyama Animation Produce Project Association. MAPPA telah memproduksi beberapa serial anime populer, termasuk "*Yuri!! on Ice*," "*Jujutsu Kaisen*," dan "*Attack on Titan: The Final Season*." (Barnhart, 2022). Dalam situs resminya, Netflix mengumumkan bahwa pada Oktober 2020, Netflix menjalin kerjasama dengan MAPPA yang merupakan bagian dari upaya Netflix untuk meningkatkan program anime-nya.

Netflix memiliki dampak signifikan pada industri anime, baik dari segi popularitas maupun produksinya. Netflix telah mengakui popularitas anime dan telah berinvestasi di dalamnya sebagai cara untuk menarik lebih banyak pelanggan. Setengah dari 200 juta pelanggan global Netflix menonton setidaknya satu acara anime dalam beberapa bulan terakhir, dan angka penayangan internasional telah meningkat pada tingkat sekitar 50% per tahun. Netflix telah mengubah industri anime dengan membuat anime yang dibuat dan disesuaikan untuk penggemarnya, seperti *Yasuke*, yang

ditulis oleh LeShawn Thomas dan ditujukan untuk penggemar Barat. Netflix telah berinvestasi dalam produksi anime, baik dengan menugaskan serial anime baru maupun dengan memperoleh hak atas serial yang ada. Namun, beberapa pembuat anime percaya bahwa siaran TV tradisional menawarkan masa depan yang lebih cerah untuk produksi serial daripada Netflix. Meskipun terdapat perdebatan yang sedang berlangsung di antara para produser, apakah Netflix adalah tempat yang tepat untuk mengajukan serial baru atau tidak, karena khawatir Netflix akan mengurangi semangat yang digunakan untuk menugaskan anime, sehingga mengubah konsep dari anime yang kental akan budaya Jepang itu sendiri, namun investasi Netflix di anime telah mengubah industri animasi Jepang. Lebih dari 100 juta pelanggan secara global menonton setidaknya satu judul anime di *platform* tersebut sekitar September 2020, dan angka itu mewakili peningkatan lebih dari 50% pada 2019. Hingga akhirnya Netflix menandatangani kesepakatan produksi dengan studio anime dan telah memperluas daftar pemasok anime-nya.

4.4 Upaya Anime Convention Sebagai Diplomasi Publik Jepang di Amerika Serikat

Seperti yang diungkapkan oleh Jan Melissen dalam karyanya yang berjudul *"The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations"*. Melissen menjelaskan bahwa diplomasi publik adalah konsep yang melibatkan penggunaan komunikasi dan pertukaran budaya untuk membangun dan memelihara hubungan antar negara. Diplomasi publik merupakan cara bagi negara-negara untuk mempromosikan nilai-nilai, budaya, dan minat mereka kepada khalayak asing. Diplomasi publik lebih dari sekadar propaganda yang dilakukan oleh para diplomat, melainkan sebagai komponen mendasar dari keseluruhan praktik diplomatik. Melissen mengungkap bahwa diplomasi publik ialah tentang menyoroti pentingnya komunikasi

dan pertukaran budaya dalam membangun hubungan antar negara. Dalam hal ini tentunya Jepang juga melaksanakan diplomasi publiknya.

Diplomasi publik adalah aspek penting dari kebijakan luar negeri Jepang, dan pemerintah bekerja pada hubungan masyarakat di luar negeri untuk mempromosikan pemahaman warga negara asing terhadap kebijakan diplomatik Jepang. *Ministry Of Foreign Affairs of Japan* (MOFA) secara aktif mengkomunikasikan berbagai informasi tentang kebijakan luar negeri Jepang serta informasi umum tentang Jepang untuk pemahaman yang lebih baik tentang Jepang di seluruh dunia. MOFA juga membantu kegiatan untuk memperkenalkan budaya Jepang, untuk mendorong dan untuk mempromosikan pendidikan bahasa Jepang, terlibat dengan pembuat kebijakan, pemimpin opini, dan masyarakat setempat. Jepang telah mempromosikan diplomasi publik secara agresif sejak Pemerintahan Abe kedua, dan ada beberapa bentuk diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang, termasuk diplomasi budaya, diplomasi ekonomi, dan diplomasi publik – swasta.

Anime con dapat menjadi sebuah bentuk upaya diplomasi publik Jepang, karena mempromosikan budaya dan anime Jepang kepada khalayak global. Anime con ini sering menampilkan tamu istimewa dari industri anime, kontes cosplay, panel, dan pemutaran film anime dan acara TV. Anime Expo, yang diadakan setiap tahun di Los Angeles, adalah salah satu konvensi anime terbesar di Amerika Serikat dan dianggap sebagai acara penting untuk mempromosikan budaya dan anime Jepang kepada masyarakat Amerika Serikat itu sendiri. Kementerian Luar Negeri Jepang juga ikut terlibat dalam mempromosikan budaya pop, seperti manga dan anime, sebagai bagian dari alat utama untuk diplomasi budaya.

Kementerian telah menyelenggarakan Japan International MANGA Award, yang bertujuan untuk memberikan penghargaan kepada pencipta manga yang berkontribusi pada penyebaran budaya manga di luar negeri dan pertukaran budaya internasional melalui manga. Secara keseluruhan, Anime con dan acara lain yang mempromosikan budaya dan anime Jepang dapat dianggap sebagai bentuk upaya diplomasi publik Jepang, karena membantu mempromosikan pemahaman yang lebih baik tentang budaya dan tradisi Jepang kepada khalayak global.

Anime con di Amerika Serikat berfungsi kini menjadi tempat berkumpulnya penggemar anime, manga, dan budaya Jepang. Anime con yang menampilkan berbagai macam kegiatan ini memiliki jumlah peserta yang berpartisipasi dalam cosplay lebih banyak daripada kebanyakan jenis konvensi lainnya. Anime Con di Amerika Serikat menyediakan tempat bagi penggemar anime untuk berkumpul dan merayakan kecintaan mereka pada animasi dan budaya Jepang. Mereka menawarkan berbagai kegiatan, panel, dan barang dagangan untuk dinikmati peserta.

Anime con telah diidentifikasi sebagai alat potensial untuk mewujudkan dan menyebarkan diplomasi publik. Pemerintah Jepang memanfaatkan "soft power" terhadap budaya, dengan menggunakan budaya dan seni tradisional, termasuk anime dan manga, sebagai alat utama untuk diplomasi. *Ministry Of Foreign Affairs of Japan* (MOFA) meluncurkan program "duta manga" pada tahun 2008 untuk mempromosikan diplomasi budaya, dan Penghargaan MANGA Internasional untuk mendorong penyebaran budaya manga di luar negeri dan pertukaran budaya internasional melalui manga. Program Duta Manga adalah contoh bagaimana Jepang telah memanfaatkan budaya populer sebagai alat untuk diplomasi

publik. Pemerintah Jepang menunjuk seorang seniman manga sebagai duta budaya untuk memanfaatkan popularitas global manga dan anime untuk mempromosikan *soft power* dan pengaruh Jepang. Duta Besar tersebut telah berpartisipasi dalam berbagai acara diplomasi publik, termasuk kunjungan ke sekolah dan perpustakaan di seluruh dunia dan penampilan di festival anime dan manga internasional, salah satunya Anime con. Secara keseluruhan, pelaksanaan diplomasi publik Jepang yang efektif, baik yang diarahkan oleh pemerintah maupun melalui popularitas anime dan manga, telah berkontribusi pada persepsi yang baik tentang Jepang sebagai negara kontemporer, kreatif, dan kaya budaya.

Upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang melalui Anime con tersebut nyatanya memiliki dampak signifikan pada budaya Amerika, terutama dalam hal hiburan dan keragaman, hal tersebut tentunya membuat masyarakat Amerika Serikat terpengaruh oleh budaya pop Jepang yang satu ini. Anime telah menjadi semakin populer di Amerika Serikat, dengan Anime con seperti Anime Expo menarik kerumunan lebih dari 100.000 orang. Selain itu, popularitas anime telah menyebabkan lebih banyak peluang dalam industri perfilman, karena anime memiliki genre dan narasi tanpa batas, selain itu anime juga telah mempengaruhi film dan acara televisi Amerika, seperti "The Matrix," "Avatar," dan "Stranger Things". Anime telah terbukti membuat orang lebih sadar ras dan budaya. Anime juga telah mendorong sudut pandang yang beragam dan menembus hambatan budaya, karena merupakan bentuk hiburan dari budaya lain yang memiliki dampak positif pada budaya Amerika. Selain itu, anime telah digunakan untuk tujuan pendidikan, seperti dalam film anak-anak dan iklan. Secara keseluruhan, konvensi anime telah memberikan ruang bagi orang Amerika untuk mengalami

dan menghargai budaya Jepang melalui anime dan bentuk budaya populer Jepang lainnya.

Anime dianggap sebagai elemen penting dari soft power Jepang dan upaya diplomasi publik. *Soft power* mengacu pada kemampuan suatu negara untuk mempengaruhi orang lain melalui budaya, nilai-nilai, dan kebijakannya, bukan melalui sarana militer atau ekonomi. Diplomasi publik, di sisi lain, melibatkan penggunaan komunikasi dan pertukaran budaya untuk membangun hubungan dan mempromosikan citra positif suatu negara. Anime dipandang sebagai cara bagi Jepang untuk mempromosikan budaya dan nilai-nilainya kepada dunia, dan untuk membangun hubungan dengan negara lain. Pemerintah Jepang telah menggunakan anime sebagai bagian dari Proyek Cool Japan, yang bertujuan untuk mempromosikan budaya dan produk Jepang di seluruh dunia. Pemerintah juga telah menunjuk seniman manga dan pencipta anime sebagai duta budaya untuk meningkatkan popularitas global anime dan manga.

PENUTUP

Anime Conventions telah memainkan peran penting dalam diplomasi publik Jepang dengan memperkenalkan budaya Jepang, termasuk anime dan manga, kepada khalayak yang lebih luas. Pemerintah Jepang mengakui anime dan manga sebagai komoditas ekonomi yang kuat, dan mereka telah menggunakannya untuk mempromosikan budaya Jepang di luar negeri. *Ministry Of Foreign Affairs of Japan (MOFA)* telah berhasil dalam memperkenalkan berbagai budaya Jepang, dari budaya tradisional seperti cara merangkai teh dan bunga (Ikebana), hingga budaya kontemporer seperti animasi, manga, dan mode. Anime telah menarik banyak perhatian dari penonton asing, dan telah digunakan sebagai alat untuk diplomasi publik. Anime con di Amerika Serikat dan di seluruh dunia telah menjadi cara yang signifikan bagi

orang Amerika dan orang-orang dari negara lain untuk mengalami budaya Jepang, termasuk melalui anime.

Anime con telah digunakan untuk mempromosikan budaya Jepang di luar negeri, dan mereka telah diakui sebagai komoditas ekonomi yang kuat oleh pemerintah Jepang. Dengan memperkenalkan budaya Jepang melalui anime, Jepang telah mampu mendorong pemahaman yang lebih baik terhadap Jepang di antara masing-masing warga negara asing yang membentuk dasar opini publik dan pembuatan kebijakan, untuk membuat citra Jepang menjadi lebih positif. Akibat adanya Anime con yang diselenggarakan di Amerika Serikat, tidak sedikit masyarakat Amerika Serikat yang merupakan penggemar anime itu sendiri, bepergian ke Jepang untuk mengunjungi lokasi yang ditampilkan dalam anime favorit mereka. Tidak sedikit turis asing mengunjungi tempat mana pun yang berhubungan dengan anime atau manga, termasuk restoran, kafe, pameran, acara, museum, dan lokasi nyata. Banyak penggemar anime melakukan perjalanan ke Jepang untuk mengunjungi lokasi yang ditampilkan dalam anime favorit mereka, seperti Museum Ghibli, Pokemon Center, dan One Piece Tower. Selain itu, penulis dapat menyimpulkan bahwa terdapat berbagai macam kegiatan di dalam Anime Convention, salah satu kegiatan yang disenangi oleh pengunjung ialah *Cosplay*, dengan *cosplay* para penggemar anime dapat bertemu dengan karakter anime *favorite* mereka. Dengan demikian, Jepang menjadi satu-satunya negara yang menjadikan *cosplay* sebagai alat diplomasi publik-nya secara menonjol.

Daftar Pustaka

- Ashcraft, B. (2014). *Cosplay World*. Munich: Prestel.
- Bolton, Christopher. (2018). *Interpreting Anime*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Clements, J. (2013). *Anime A History*. London: Bloombury Publishing.

- Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles: Figueroa Press.
- Goldstein, J. S. (1995). *International Relations: 2nd Edition*. Boston: Pearson College Division.
- Innes, Sherrie A. (1998). *Millennium Girls: Today's Girls Around the World*. United States: Rowman & Littlefield.
- Japan, MEA., & Forecast, S. (2022). *Anime Market Size, Share, & Trends Analysis Reports by Anime Type (T.V., Movie, Video, Internet Distribution, Merchandising, Music)*. Japan: Ministry of Foreign Affairs.
- Li, Mingjiang. (2009). *Soft Power: China's Emerging Strategy in International Politics*. United Kingdom: Lexington Books.
- Masuda, H. dkk. (2019). *Anime Industry Report*. Japan: The Association of Japanese Animation.
- Melissen, Jan. (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. New York: Palgrave Macmillan.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative Research*. San Fransisco: Jossey-Bass A Wiley Brand.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. California: SAGE Publisher.
- Napier, S. J. (2001). *Anime from Akira to Princess Mononoke*. New York: Palgrave Macmillan.
- Nugrahani, Farida. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta.
- Nye, J. S. (2005). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs Book.
- Onemu, U. (2020). *The Economies of Anime: Anime as a Soft Power, a Cultural Product and a (trans)national Medium*. London: Brunel University London.
- Petit, A. (2021). *Anime Streaming Platform Wars: A Platform Web Report*. Canada: The Platform Lab.
- Soeya, Y. (2015). *The Evolution of Japan's Public Diplomacy: Haunted by its Past History*. New York: Palgrave Macmillan.
- Tavassi, G. (2012). *A History of Japanese Animation. Authors, Art, Industry, Success from 1917 to Today*. Italy: Tunue.
- Jurnal/Skripsi**
- Abdullah, S. (2020). Japanese Animation and Business. *Munich: GRIN*. 1-6.
- Aditya, R. (2018). Hasil Implementasi Diplomasi Publik Jepang Melalui Manga di Thailand Tahun 2017. *Universitas Brawijaya*.
- Akaha, T. (2005). "Soft Power" in Japan's Security Policy: Implications for Alliance with the United States. *Pacific Focus Journal, Vol 20. No 1*, 59-91.
- Akbas, I. (2018). A "Cool" Approach to Japanese Foreign Policy: Linking Anime to International Relations. *PERCEPTIONS Journal, Vol 23. No 1*, 95-120.
- Alberto, M., & Triangli, B. (2022). Anime Convention Attendance in Response to Covid-19. *Journal of Anime and Manga Science, Vol 3*. 227-239.
- Cowan, G., & Cull, N. J. (2008). Public Diplomacy in a Changing World. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol 616. No 1*, 6-8.
- Gabrielle, K. (2019). Upaya-upaya Diplomasi Publik Jepang terhadap Amerika Serikat melalui Japan House. *Universitas Katolik Parahyangan*.
- Ilham, M. A. (2021). Diplomasi Publik Jepang Melalui Anime di Amerika Serikat Tahun 2017-2020. *UPN Veteran Yogyakarta*.
- Liu, Y., Liu, Y., & Wen, J. (2022). Does Anime, Idol Culture Bring Depression? Structural Analysis And Deep Learning on Subcultural Identity And Various Psychological Outcomes. *National Library of Medicine Journal, Vol 8. No 9*.
- Matahari, O. G. (2014). Analisis Implementasi Strategi Diplomasi Budaya Populer Jepang di Indonesia. *Jurnal Analisis Hubungan Internasional, Vol 3. No 1*, 491-510.
- Mori, H. (2020). How Does Anime Realize Public Diplomacy?: The Potential And Future Prospects of Anime Pilgrimage. *Aoyama Gakuin University*.
- Newitz, A. (1994). Anime Otaku: Japanese Animation Fans Outside Japan. *Bad Subject, Vol 13*. 1-12.
- Nurhud, D. P. (2020). Diplomasi Publik Tiongkok Terhadap Kebijakan Luar Negeri Indonesia dalam Proyek Jalur Sutra. *Universitas Al-Ghifari*.
- Nye, J. S. (2020). Countering the Authoritarian Challenge: Public Diplomacy, Soft Power, and Sharp Power. *Journal of International Relations and Sustainable Development, Vol 1. No 15*, 94-109.
- Onemu, U. (2020). The Economies of Anime: Anime as Soft Power, a Cultural Product And a (Trans)national Medium. *Brunel University London*.
- Pratama, A. D., & Puspitasari, A. (2020). Diplomasi Budaya Anime Sebagai Upaya Penguatan Soft Power Jepang Periode 2014-2018. *Balcony Journal, Vol 4. No 1*, 11-23.

- Safa, F. (2021). Implementation of Soft Power Diplomacy in Japan Through Culture and Education. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Sin, T. (2022). South Korea and Japan: Transforming Entertainment into Soft Power. *Sigma Iota Rho: Journal of International Relations*.
- Tanthowi, M. A. (2018). Diplomasi Publik Amerika Serikat ke Tiongkok & Olahraga Basket (2009-2016). *Universitas Katolik Parahyangan*.
- Wisanggeni, W. P. (2019). Soft Power Jepang di Dalam Anime Samurai Champloo Sebagai Bentuk Diplomasi Kebudayaan. *LUGAS Jurnal Komunikasi, Vol 3. No 2., 64-72*.
- Wulansuci, Y. (2010). Budaya Populer Manga dan Anime sebagai Soft Power Jepang. *Universitas Indonesia*.
- Yuliansyah, I. (2017). Kebijakan Jepang Dalam Politik dan Ekonomi Anime di Amerika Serikat. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Website**
- 日本のアニメ、“ソフトパワー”としての実力を問う。 (2015, Februari 10). Diakses Pada 1 November 2022, from Nippon.com: <https://www.nippon.com/ja/in-depth/a03902/>.
- 世界におけるアニメーションの歴史. (n.d.). Diakses Pada 8 Juli 2023, from contest.japias.jp: <https://contest.japias.jp/tqj14/140351/history.html>.
- 10 Anime Terpopuler. (2013). Diakses Pada 20 Oktober 2022, from Top 10 Indo: <https://www.top10indo.com/2013/08/10-anime-terpopuler-di-dunia.html>.
- A Fond Look Back: Anime Expo Moves to The Los Angeles Convention Center. (2019, Juli 3). Diakses Pada 11 Juli 2023, from anime-expo.org: <https://www.anime-expo.org/2019/04/30/fond-look-back-anime-expo-moves-los-angeles-convention-center/>.
- About AX. (n.d.). Diakses Pada 8 Juli 2023, from anime-expo.org: <https://www.anime-expo.org/ax/about/>.
- Aditya, R. (2022, Juni 9). Siapa Shanks One Piece? Kenali Karakter Utama di One Piece Film Red. Diakses Pada 12 Juli 2023, from suara.com: <https://www.suara.com/tekno/2022/06/09/152327/si-apa-shanks-one-piece-kenali-karakter-utama-di-one-piece-film-red?page=all>.
- Advetorial, P. P. (2022, April 9). 7 Reasons Why You Should Attend an Anime Convention. Diakses Pada 10 Juli 2023, from godisageek.com: <https://www.godisageek.com/2022/04/7-reasons-why-you-should-attend-an-anime-convention/>.
- Ang, A. (2020). *The Impact of Anime on Japan's Branding*. Diakses Pada 8 Juli 2023, from japannakama.co.uk: <https://www.japannakama.co.uk/the-impact-of-anime-soft-power-on-japans-nation-branding/>.
- Anime Convention Schedule. (2023). Diakses Pada 20 Mei 2023, from AnimeCons.com: <https://animecons.com/events/schedule.php?year=1983&loc=us>.
- Apa Itu Hype Artinya. (n.d.). Diakses Pada 12 Juli 2023, from mengapa.net: <https://mengapa.net/apa-itu-hype-artinya/>.
- Barnhart, B. (2022, April 29). *The Story of Mappa: The Legendary Japanese Animation Studio*. Diakses Pada 11 Juli 2023, from vectornator.io: <https://www.vectornator.io/blog/mappa-studio/>.
- Carminati, D. (2022, Agustus 13). *The State of Japan's Soft Power After the 2020 Olympics*. Diakses Pada 8 Juli 2023, from e-ir.info: <https://www.e-ir.info/2022/08/13/the-state-of-japans-soft-power-after-the-2020-olympics/>.
- David, E. (2023, Juni 9). *How Much is Netflix in 2023? A Breakdown of the Monthly Prices For Every Subscription Plan*. Diakses Pada 10 Juli 2023, from businessinsider.com: <https://www.businessinsider.com/guides/streaming/netflix-price>.
- DeRuyter, L. (2023, Juli 4). *One Piece Episode 1000 Dub World Premiere*. Diakses Pada 11 Juli 2023, from animenewsnetwork.com: <https://www.animenewsnetwork.com/convention/2023/anime-expo/one-piece-episode-1000-dub-world-premiere/199778>.
- Emily. (2020). *7 Reasons Why People Cosplay*. Diakses Pada 12 Juli 2023, from cosplayadvice.com: <https://cosplayadvice.com/why-people-cosplay/>.
- Fandino, D. (2018, November 16). *To The Beginning: Anime and American Fandom in the 1980s*. Diakses Pada 8 Juli 2023, from chi.anthropology.msu.edu: <https://chi.anthropology.msu.edu/2018/11/to-the-beginning-anime-and-american-fandom-in-the-1980s/>.
- Global Soft Power Index 2021: Japan is Top-Performing Asian Nation, Ranking 2nd Overall. (2021, Februari 26). Diakses Pada 8 Juli 2023, from brandfinance.com: <https://brandfinance.com/press->

- [releases/global-soft-power-index-2021-japan-is-top-performing-asian-nation-ranking-2nd-overall.](#)
- Iwaki, H. (2012, Juli 3). *Japanese Animation and Comics as Soft Power*. Diakses Pada 8 Juli 2023, from japansociology.com:
<https://japansociology.com/2012/07/03/japanese-animation-and-comics-as-soft-power/>.
- Joice, E. (2023). *What is an Anime Convention?*. Diakses Pada 8 Juli 2023, from cosplayadvice.com:
<https://cosplayadvice.com/what-is-an-anime-convention/>.
- Jones, J. (2020, Maret 29). *10 Largest Anime Conventions in The United States*. Diakses Pada 11 Juli 2023, from largest.org:
<https://largest.org/entertainment/anime-conventions-usa/>.
- Koguchi, T. (2019, November 30). *Begini Cara Bermain Pachinko di Jepang*. Diakses Pada 12 Juli 2023, from fun-japan.jp:
<https://www.fun-japan.jp/id/articles/10966>.
- Konstantinovic, D. (2022, April 5). *Streamers Want in on Anime's Growing Global Audience*. Diakses Pada 11 Juli 2023, from insiderintelligence.com:
<https://www.insiderintelligence.com/content/streamers-want-on-anime-s-growing-global-audience>.
- Kurniawan. (2023, Januari 27). *Apa Itu Wibu? Apa Itu Otaku? Inilah Perbedaan Keduanya*. Diakses Pada 12 Juli 2023, from superprof.co.id:
<https://www.superprof.co.id/blog/apa-yang-dimaksud-dengan-wibu-otaku/>.
- Kuwahara, K. (2023, Januari 27). *The Importance of Public Diplomacy to Preserve The Liberal International Order*. Diakses Pada 11 Juli 2023, from frstrategie.org:
<https://www.frstrategie.org/en/programs/japan-program/importance-public-diplomacy-preserve-liberal-international-order-2023>.
- Lang, J. (2020, Oktober 24). *Report: Japanese Animation Producers Are Losing Faith in Netflix*. Diakses Pada 11 Juli 2023, from cartoonbrew.com:
<https://www.cartoonbrew.com/anime/netflix-anime-japan-series-production-222469.html>.
- Leung, H. (2022, September 28). *One Piece Fans Are Being Asked to Converge on Times Square During NYCC*. Diakses Pada 11 Juli 2023, from cbr.com:
<https://www.cbr.com/one-piece-fans-asked-converge-times-square-nycc/>.
- Lewis, C. (2023, April 21). *What is Manga? – All You Need to Know About Japanese Comics*. Diakses Pada 12 Juli 2023, from artincontext.org:
<https://artincontext.org/what-is-manga/>.
- Liu, T. (n.d.). *Attendee's Experience of Anime Conventions in the United States: A Netnography Study*. Diakses Pada 9 Juli 2023, from humsci.auburn.edu:
http://humsci.auburn.edu/research/files/t_liu.pdf.
- Magnetism of Japan (日本のソフトパワーを追って)*. (2019, November 28). Diakses Pada 1 November 2022, from Ministry of Foreign Affairs of Japan:
https://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/listen/interviw2/intv_01.html.
- Matt. *What Is Anime? The Definitive Guide*. Diakses Pada 26 Juni 2023, from filmlifestyle.com:
<https://filmlifestyle.com/what-is-anime/>.
- Middaugh, D. (2019, Juni 14). *The Growth of Anime Events*. Diakses Pada 8 Juli 2023, from linkedin.com:
<https://www.linkedin.com/pulse/growth-anime-events-dallas-middaugh/>.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan: Public Diplomacy*. (n.d.). Diakses Pada 11 Juli 2023, from mofa.go.jp:
https://www.mofa.go.jp/policy/culture/public_diplomacy.html.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan: Cultural Exchange*. (n.d.). Diakses Pada 11 Juli 2023, from mofa.go.jp:
<https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/index.html>.
- Nabila, K. (2023, Februari 18). *Hypeabis.id*. Diakses Pada 20 Mei 2023, from Asal-usul Diselenggarakannya Comic Con, Pameran Komik Terbesar di Dunia:
<https://hypeabis.id/read/21780/asal-usul-diselenggarakannya-comic-con-pameran-komik-terbesar-di-dunia#:~:text=Menyimak%20asal%20usul%20sejarah%20Comic,menjadi%20event%20besar%20yang%20mendunia>.
- NAZ Studio. (n.d.). Diakses Pada 12 Juli 2023, from facebook.com:
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100061038794320>.
- Netflix Bolsters Anime Programming Through New Partnership With Four Leading Production Houses in Japan And Korea*. (2020, Oktober 23). Diakses Pada 11 Juli 2023, from about.netflix.com:
<https://about.netflix.com/en/news/production-line-partnerships-2020>.
- Ng, D. (2017, Juli 1). *For The Anime Industry, The Streaming Revolution is Both a Blessing And a Curse*.

- Diakses Pada 11 Juli 2023, from latimes.com: <https://www.latimes.com/business/hollywood/la-fi-ct-anime-business-20170701-story.html>.
- Ortley-Guthrie, B. (2022, April 12). *Anime Convention Provides a Much-Needed Outlet*. Diakses Pada 9 Juli 2023, from wfuogb.com: <https://wfuogb.com/16321/life/anime-convention-provides-a-much-needed-outlet/>.
- Otsuka, M. (n.d.). *Company*. Diakses Pada 11 Juli 2023, from mappa.co.jp: <https://www.mappa.co.jp/en/>.
- Pahlephi, R. D. (2022, Desember 24). *Arti Kawaii dan Ungkapan Bahasa Jepang Populer Lainnya*. Diakses Pada 12 Juli 2023, from detik.com: <https://www.detik.com/bali/berita/d-6477513/arti-kawaii-dan-ungkapan-bahasa-jepang-populer-lainnya>.
- Patrick, D. (2016, Januari 4). *Ten Largest North American Anime Conventions of 2015*. Diakses Pada 21 Mei 2023, from AnimeCons.com: <https://animecons.com/events/schedule.php?year=1983&loc=us>.
- Rahman, R. (2023, Februari 27). *Japan's Soft Power Strategy: Anime & Sushi, A Tale of Cultural Dominance*. Diakses Pada 8 Juli 2023, from linkedin.com: <https://www.linkedin.com/pulse/japans-soft-power-strategy-anime-sushi-tale-cultural-dominance/>.
- Risa, (2022). *One Piece Film Red Takes Over New York*. Diakses Pada 11 Juli 2023, from kawaiikakkoiisugoi.com: <https://www.kawaiikakkoiisugoi.com/one-piece-film-red-takes-over-times-square/53197/>.
- Rodriguez, K. T. (2023, Mei 3). *Have Streaming Companies Made The Anime Industry Worse?*. Diakses Pada 11 Juli 2023, from gamerant.com: <https://gamerant.com/have-streaming-companies-made-the-anime-industry-worse/>.
- Sejarah Anime: Sejak 1907 Hingga Mewabah ke Indonesia*. (2020, Agustus 18). Diakses Pada 23 Oktober 2022, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20200719125155-225-526357/sejarah-anime-sejak-1907-hingga-mewabah-ke-indonesia>.
- Singh, A. (2023, Mei 7). *The Role of Public Diplomacy in Shaping International Relations: Lesson from Japan's Soft Power Strategy*. Diakses Pada 15 Agustus 2023, from thegeopolitics.com: <https://thegeopolitics.com/the-role-of-public-diplomacy-in-shaping-international-relations-lessons-from-japans-soft-power-strategy/>.
- Srinath, N. (2022, November 29). *Anime: A Global Commodity or Soft Power Strategy?*. Diakses Pada 8 Juli 2023, from dailycampus.com: <https://dailycampus.com/2022/11/29/anime-a-global-commodity-or-soft-power-strategy/>.
- Veralda, M. (2022, Juli 17). *Apa Itu Vtuber?*. Diakses Pada 13 Juli 2023, from subkultur.id: <https://subkultur.id/literasivisual/apa-itu-vtuber-atau-virtual-youtuber/>.
- Walsh, E. (2011, September 29). *Cosplay Diplomacy: Cosplay is Becoming Increasingly Popular in The United States. Japan Should Seize The Chance to Exploit it*. Diakses Pada 12 Juli 2023, from thediplomat.com: <https://thediplomat.com/2011/09/cosplay-diplomacy/>.
- Wexpats. (2021, Agustus 5). *Serba Serbi Tentang Idol Jepang dan Informasi Lengkapnya*. Diakses Pada 12 Juli 2023, from we-xpats.com: <https://we-xpats.com/id/guide/as/jp/detail/7737/>.
- Wilkinson, A (2022, September 2). *Viewing the History of Japanese and U.S. Relations Through Animation*. Diakses Pada 15 Juli 2023, from nicholls.edu: <https://www.nicholls.edu/cheniere/2022/09/02/viewing-the-history-of-japanese-and-u-s-relations-through-animation/>.
- What is Anime? Everything You Need to Know*. (n.d.). Diakses Pada 20 Oktober 2022, from NFI: <https://www.nfi.edu/what-is-anime/>.
- Winasis, B. (2022, Agustus 23). *Doujinshi, Terbitan Indie Jepang Yang Jadi Alternatif Manga*. Diakses Pada 12 Juli 2023, from lister.co.id: <https://lister.co.id/blog/doujinshi/>.