

Proses Diplomasi Publik Jepang melalui *Japan House São*

Paulo (JHSP) di Brazil Tahun 2017 – 2019

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Peminatan International Security and Peace



Disusun Oleh:

Dianita Edwina Napitupulu

145120407121004

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2020

LEMBAR PERSETUJUAN

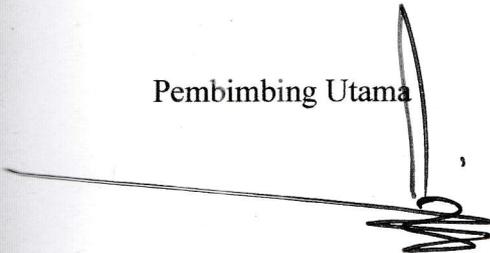
**PROSES DIPLOMASI PUBLIK JEPANG MELALUI JAPAN HOUSE SAO
PAULO (JHSP) DI BRAZIL TAHUN 2017 – 2019**

SKRIPSI

Disusun Oleh:
Dianita Edwina Napitupulu
145120407121004

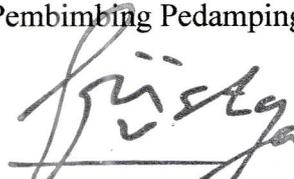
Telah disetujui oleh dosen pembimbing:

Pembimbing Utama



Achmad Fathoni K. S.IP., MA
NIP. 2009068201231001

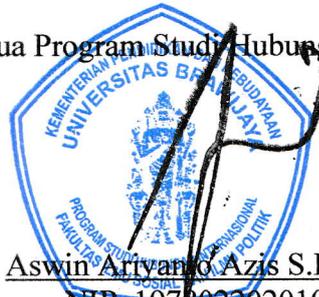
Pembimbing Pedamping



Firstyarinda Valentina Indraswari. S.Sos., M.Si
NIP. 2013098602142001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Hubungan Internasional



Aswin Artyand Azis S.IP., M.DevSt
NIP. 197802202010121001

HALAMAN PENGESAHAN

PROSES DIPLOMASI PUBLIK JEPANG MELALUI *JAPAN HOUSE SAO PAULO* (JHSP) DI BRAZIL TAHUN 2017 – 2019

SKRIPSI

Disusun Oleh:
Dianita Edwina Napitupulu
145120407121004

Telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian Sarjana
pada tanggal 6 Januari 2020

Tim penguji:

Ketua Majelis Penguji



Dian Mutmainah, S.IP., MA
NIP. 197803192005012002

Sekretaris Majelis Penguji



Mely Noviryani, S.Sos., MM
NIK. 2007077409112001

Anggota Majelis Penguji I



Achmad Fathoni K, S.IP., MA
NIP. 2009068201231001

Anggota Majelis Penguji II

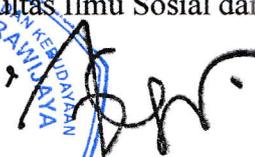


Firstyarinda Valentina Indraswari, S.Sos., M.Si
NIP. 2013098602142001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Prof. Dr. Unti Ludigdo, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 196908141994021001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dianita Edwina Napitupulu

NIM : 145120407121004

Menyatakan bahwa skripsi saya berjudul **“PROSES DIPLOMASI PUBLIK JEPANG MELALUI JAPAN HOUSE SAO PAULO (JHSP) DI BRAZIL TAHUN 2017 – 2019”** adalah benar-benar karya dari penulis. Segala hal yang bukan merupakan cipta karya penulis dalam skripsi terlampir telah ditandai oleh catatan kaki dan tertuang dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan yang saya nyatakan tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik, yaitu berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut. Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesungguhan dan tidak ada paksaan dari pihak lain.

Malang, 19 Desember 2019

Pembuat Pernyataan



Dianita Edwina Napitupulu

NIM. 145120407121004

ABSTRAK

PROSES DIPLOMASI PUBLIK JEPANG MELALUI JAPAN HOUSE SAO PAULO (JHSP) DI BRAZIL TAHUN 2017 – 2019

Oleh: Dianita Edwina Napitupulu

Setelah mengalami stagnasi ekonomi atau yang disebut Perdana Menteri Shinzo Abe sebagai “*lost decade*” selama bertahun-tahun, Jepang kembali berupaya untuk memperbaiki citranya dengan berbagai cara. Di bawah kepemimpinan Shinzo Abe, Tokyo memiliki ambisi untuk mengambil peran yang lebih besar di tingkat internasional. Dengan ini, Jepang berupaya untuk menguatkan *soft power*-nya, salah satunya dengan menyebarkan budaya Jepang untuk membantu perekonomian dan memberi pengaruh secara politik. Selain itu, upaya diplomasi publik ini juga untuk mencegah adanya penyebaran informasi menyimpang hingga propaganda dari upaya diplomasi publik negara tetangga Jepang, yaitu Cina dan Korea Selatan yang dinilai lebih aktif. Upaya terbaru pemerintah Jepang adalah dengan membangun *Japan House* sebagai strategi diplomasi publik di tiga negara, yaitu Amerika Serikat, Brazil dan Inggris. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana proses diplomasi publik Jepang terkhusus di Brazil melalui *Japan House São Paulo* dengan menggunakan alat analisis konsep tiga dimensi diplomasi publik oleh Mark Leonard.

Kata kunci: Jepang, diplomasi publik, *Japan House São Paulo*.

ABSTRACT

PROCESS OF JAPAN'S PUBLIC DIPLOMACY TO BRAZIL THROUGH JAPAN HOUSE SAO PAULO (JHSP) IN 2017 – 2019

By: Dianita Edwina Napitupulu

After years of economic growth stagnation or known as the “lost decade”, Japan struggling to improve its image with various means. Under Shinzo Abe leadership, Tokyo aiming to gains bigger roles in international level. Japan struggling to strengthen its soft power with sharing its famous culture to support the economy and give political impacts in international level. Moreover, this public diplomacy also working to prevent misinformation from Japan’s neighbor countries’ public diplomacies, namely China and South Korea that known to be more active. Japan’s latest effort is Japan House as its public diplomacy strategy in three countries, United States of America, United Kingdom and Brazil. This research aims to analyze the process of Japan’s public diplomacy through Japan House in Brazil or known as Japan House São Paulo, using Mark Leonard’s concept of public diplomacy dimensions as the mean of the analysis.

Keywords: Japan, public diplomacy, Japan House São Paulo.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis telah menyelesaikan skripsi dengan judul *“Proses Diplomasi Publik Jepang melalui Japan House São Paulo (JHSP) di Brazil Tahun 2017 – 2019”*. Skripsi yang penulis susun dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana di Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya. Penulis berharap dengan adanya skripsi ini, dapat mendorong banyak mahasiswa Hubungan Internasional Universitas Brawijaya yang mau meneliti isu-isu terkait diplomasi publik. Penulis juga berharap agar kita, sebagai mahasiswa Hubungan Internasional, dapat lebih peka akan fenomena global yang terjadi di sekitar kita.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih berada jauh dari kata sempurna, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap kedepannya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa Program Studi Hubungan Internasional, serta masyarakat luas pada umumnya.

Malang, 12 Februari 2020

Dianita Edwina Napitupulu

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR SINGKATAN	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II: KERANGKA PEMIKIRAN.....	13
2.1 Studi Terdahulu.....	13
2.2 Kerangka Konseptual.....	18
2.2.1 <i>Soft Power</i>	18
2.2.2 Diplomasi Publik	22
2.3 Operasionalisasi Konsep.....	28
2.4 Alur Pemikiran.....	30
2.5 Argumen Utama.....	31
BAB III: METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4 Teknik Analisis Data.....	33
3.5 Sistematika Penulisan	33
BAB IV: GAMBARAN PERKEMBANGAN DAN INSTITUSI DIPLOMASI PUBLIK JEPANG DAN <i>JAPAN HOUSE SÃO PAULO</i>	35
4.1 Perkembangan Diplomasi Publik Jepang.....	35
4.2 Institusi-Institusi Diplomasi Publik Jepang	44
4.2.1 <i>International House of Japan</i>	44

4.2.2 <i>Japan Foundation</i>	45
4.2.3 <i>Japan Exchange and Teaching (JET) Programme</i>	48
4.2.4 <i>Japan House</i>	50
4.3 Diplomasi Publik Japan House São Paulo	51
BAB V: DIMENSI DIPLOMASI PUBLIK DALAM PELAKSANAAN DIPLOMASI PUBLIK JEPANG TERHADAP BRAZIL MELALUI <i>JAPAN HOUSE SAO PAULO</i>	60
5.1 <i>News Management</i>	60
5.1.1 Pemberitaan dan Publikasi tentang Jepang	60
5.1.2 <i>News Management</i> Pemerintah Jepang melalui <i>Japan House</i>	64
5.2 <i>Strategic Communication</i>	72
5.2.1 <i>Newsletter</i> atau Buletin	80
5.3 <i>Relationship Building</i>	81
5.3.1 Kegiatan Kuliah Tamu atau <i>Lecture</i>	82
5.3.2 Kegiatan Seminar dan <i>Workshop</i>	85
5.2.4 Kegiatan Festival	90
BAB VI: PENUTUP	93
6.1 Kesimpulan	93
6.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR SINGKATAN

JHSP	: <i>Japan House Sao Paulo</i>
JET	: <i>Japan Exchange and Training Programme</i>
JF	: <i>Japan Foundation</i>
KBS	: <i>Kokusai Bunka Shinko-kai</i>
PDD	: <i>Public Diplomacy Department</i>
METI	: <i>Ministry of Economy, Trade and Industry</i>
IHJ	: <i>International House of Japan, Inc.</i>
MOFA	: <i>Ministry of Foreign Affairs</i>
MIC	: <i>Ministry of Internal Affairs and Communications</i>
MEXT	: <i>Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology</i>
CLAIR	: <i>Council of Local Authorities for International Relations</i>
ALT	: <i>Assistant Language Teacher</i>
CIR	: <i>Coordinator for International Relations</i>
SEA	: <i>Sports Exchange Advisor</i>
JETAA	: <i>JET Programme Alumni Association</i>
DPP	: <i>Diplomatic Blue Book</i>
JICA	: <i>Japan International Cooperation Agency</i>
SMC	: <i>Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo</i>
SMPED	: <i>Secretaria Municipal de Pessoa com Deficiência</i>

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Populasi Masyarakat Jepang di luar Jepang Tahun 2017 (Juta Jiwa).....	9
Gambar 2. Penilaian JHSP oleh Pengunjung melalui <i>TripAdvisor</i>	55
Gambar 3. <i>Vlog</i> Pengunjung Mengenai JHSP	57
Gambar 4. Bagian Depan JHSP	58
Gambar 5. Halaman depan situs resmi Kementerian Luar Negeri Jepang	62
Gambar 6. Halaman " <i>News</i> " dalam Situs Resmi Kementerian Luar Negeri Jepang yang Memuat Arsip <i>Press Release</i> , Konferensi Pers, Pidato, Wawancara dan Artikel	63
Gambar 7. Situs Resmi dan Media Sosial <i>Japan House São Paulo</i>	67
Gambar 8. Logo <i>Japan House</i>	75
Gambar 9. Acara <i>Paulista Cultural</i>	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Operasionalisasi Konsep Dimensi Diplomasi Publik oleh Mark Leonard dalam Kasus Proses Diplomasi Publik oleh Jepang melalui <i>Japan House São Paulo</i> pada Tahun 2017.....	28
Tabel 2. Press Release dan Artikel yang Dikeluarkan Kementerian Luar Negeri Jepang meliputi Jepang dan Brazil	64
Tabel 3. Berita, Artikel dan Wawancara yang Dipublikasi melalui Situs Resmi JHSP.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 – DAFTAR KEGIATAN KULIAH TAMU, DISKUSI DAN
WORKSHOP OLEH *JAPAN HOUSE SAO PAULO*

LAMPIRAN 2 – PIDATO TARO KONO DI *JAPAN HOUSE SAO PAULO*
PADA 20 MEI, 2018

LAMPIRAN 3 – *NEWSLETTER* ATAU BULETIN DARI *JAPAN HOUSE SAO
PAULO*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jepang telah melakukan usaha-usaha aktif untuk memberikan pengertian lebih mengenai kebijakan-kebijakan diplomasi melalui konferensi pers, kunjungan-kunjungan resmi ke negara lain dan memberikan pidato dalam konferensi internasional oleh Perdana Menteri, Menteri Luar Negeri dan berbagai pejabat negara. Untuk penyebaran informasi yang lebih efektif, salah satu cara yang digunakan adalah dengan mengundang para ahli dan media dari berbagai negara. Sebagai tambahan, Kementerian Luar Negeri Jepang secara aktif telah mengajak para *influencers* untuk menjangkau media sosial sejak 2011. Selain itu, Jepang juga menyelenggarakan seminar-seminar mengenai Jepang dengan mengirim ahli-ahli dari Jepang ke luar negeri.¹

Setelah Perang Dunia II, Jepang berfokus untuk menghapus *image* negara militer dengan memperkuat citra sebagai negara demokrasi dan pasifis. Dimulai dari tahun 2004, diplomasi publik Jepang menggunakan strategi menyebarluaskan animasi-animasi ke seluruh dunia untuk mendorong minat masyarakat internasional terhadap bahasa dan budaya pop Jepang.² Jepang menginisiasikan *Cool Japan* yang dijalankan oleh Kementerian Ekonomi dan Perdagangan Jepang atau METI (*Ministry of Economy, Trade and Industry*) pada tahun 2012. Dalam diplomasi publik ini, Jepang mengekspor *anime*, *manga*,

¹ Diplomatic Blue Book 2015, hlm. 302

² *Ibid.*, hlm. 189

musik-musik pop Jepang. *Cool Japan* sendiri terinspirasi dari diplomasi publik milik Inggris yaitu *Cool Britannia*. Akan tetapi, karena adanya permasalahan internal terkait finansial dan juga beberapa halangan dengan para seniman, inisiasi ini dianggap kurang berhasil.³

Secara bersamaan Jepang juga mengalami stagnasi ekonomi dalam kurun waktu yang cukup lama atau yang disebut dengan *lost decade* dan mempengaruhi *image* Jepang di mata dunia. Jepang kembali berupaya untuk memperbaiki citranya dengan berbagai cara. Dibawah kepemimpinan Shinzo Abe, Tokyo memiliki ambisi untuk mengambil peran yang lebih besar di tingkat internasional. Jepang memutuskan untuk mengambil langkah yang tegas dalam hal diplomasi publik.

Pidato yang disampaikan Shinzo Abe pada Februari 2013 di Center for Strategic and International Studies (CSIS), Abe menyatakan usahanya untuk kembalinya Jepang dari *lost decades* atau stagnasi ekonomi yang sudah cukup lama dialami Jepang, sehingga Jepang mendapatkan peran yang baik di dunia.⁴ Dengan ini, Jepang berupaya untuk menguatkan *soft power*-nya, salah satunya dengan menyebarkan kultur Jepang untuk membantu perekonomian dan memberi pengaruh secara politik.⁵ Salah satu upaya Jepang adalah dengan membangun *Japan House* sebagai strategi diplomasi publik. Dimulai dari tahun 2015, Jepang

³ *Ibid.*

⁴ "Japan is Back by Shinzo Abe, February 22 2013 at CSIS" Ministry of Foreign Affairs of Japan, diakses pada 25 Mei 2019, https://www.mofa.go.jp/announce/pm/abe/us_20130222en.html

⁵ Warren Stanislaus, "Japan is Using Cultural Diplomacy to Reassert Its Place in the World – but Is the Message Too Exclusive?" The Conversation, 10 Desember, 2018, diakses pada 3 April 2019, <http://theconversation.com/japan-is-using-cultural-diplomacy-to-reassert-its-place-in-the-world-but-is-the-message-too-exclusive-106463>.

telah mempublikasikan *Japan House* sebagai strategi komunikasinya dalam *Diplomatic Blue Book* 2016.⁶

Dalam *Diplomatic Blue Book* ini, Kementerian Luar Negeri Jepang menjelaskan bahwa telah dilakukan upaya untuk menyampaikan pandangan, nilai dan daya tarik yang dimiliki Jepang dengan tujuan untuk memperkuat sistem diplomasi kepada negara-negara lain.⁷ Untuk memperkuat strategi komunikasi ini, maka diberikan anggaran sebesar 50.000.000 Yen. Penambahan anggaran ini bukan tanpa alasan. Seperti yang dilansir dalam *thediplomat.com*, tahun 2015 menjadi peringatan 70 tahun setelah berakhirnya Perang Dunia II. Ketakutan Jepang akan keberhasilan Korea Selatan dan Cina dalam melakukan diplomasi publiknya, membuat Jepang menjadi sangat ambisius dalam membangun *Japan House*, untuk memberikan citra yang lebih baik lagi.⁸

Japan House merupakan salah satu upaya diplomasi publik Jepang yang memiliki tujuan untuk memberikan pengertian lebih dalam dan apresiasi terhadap Jepang di tingkat internasional. Tujuan ini direalisasikan dengan membentuk *Japan House* di beberapa lokasi untuk memperlihatkan bahwa Jepang merupakan negara dengan berbagai keindahan.⁹ *Japan House* dibentuk dan ditetapkan oleh Kementerian Luar Negeri Jepang sebagai sarana pertunjukkan dan komunikasi Jepang terhadap komunitas internasional.

Japan House dibangun di tiga kota, yaitu Los Angeles, London dan São Paulo sebagai sebuah bentuk usaha Jepang dalam strategi komunikasinya. Tujuan dibentuknya *Japan House* ini adalah untuk menyebarkan berbagai macam objek

⁶ Diplomatic Blue Book 2016

⁷ Diplomatic Blue Book 2017, hlm. 281

⁸ *Ibid.*

⁹ "WHAT's JH," WHAT's JH | Japan House, diakses pada 3 April 2019, <https://www.japanhouse.jp/en/what/>.

wisata, kebijakan dan usaha-usaha Jepang terhadap individu yang memiliki ketertarikan pada Jepang atau mereka yang mengetahui sedikit informasi mengenai Jepang.

Fitur-fitur yang ditampilkan oleh *Japan House* antara lain; (a) akses *one-stop service*, yang merupakan akses informasi mengenai Jepang; (b) tempat-tempat komersil seperti restoran, kafe, toko, dan lain sebagainya dengan memberikan informasi dengan menerapkan nuansa dan suasana Jepang; (c) memberikan informasi kepada penduduk lokal dengan memanfaatkan para ahli.

Terdapat enam area yang termasuk dalam *Japan House*, yakni; (a) *exhibitions*; (b) *talk sessions workshops, performances, and theater*; (c) *shop*; (d) *food and drink*; (e) *books, website and café*; dan (f) *networking*. Pada ranah *exhibitions*, *Japan House* akan membuat pameran-pameran dengan tema yang beragam yang tetap berfokus pada satu tujuan, yaitu memberikan pengertian yang lebih mendalam mengenai Jepang.¹⁰

Kementerian Luar Negeri Jepang memutuskan untuk membangun *Japan House* pertama di Sao Paulo, Brazil. *Japan House* Sao Paulo, untuk pertama kalinya dibuka untuk publik pada tanggal 6 Mei, 2017. Peresmian *Japan House* Sao Paulo diadakan pada 7 Mei 2019 dengan mengadakan konser sebagai bentuk selebrasi dan dihadiri oleh 15.000 penonton untuk melihat musisi Jepang yaitu Ryuichi Sakamoto dan Jun Miyake. Peresmian ini juga dihadiri oleh musisi asal Brazil yaitu Jacques dan Paula Morelenbaum.¹¹

¹⁰ "WHAT's JH," WHAT's JH | Japan House, diakses pada 3 April 2019, <https://www.japanhouse.jp/en/what/>.

¹¹ "Japanese Culture Comes Alive at Japan House in Sao Paulo/JapanGov – The Government of Japan, diakses pada 24 Mei 2019, https://www.japan.go.jp/tomodachi/2017/summer2017/japanese_culture_comes.html.

Japan House Sao Paulo dibangun di Paulista Avenue dan sejak awal pembukaannya telah menarik perhatian para pengunjung.¹² Seperti yang diketahui, Brazil menjadi negara dengan jumlah populasi diaspora Jepang tertinggi. Setelah mengalami masa perbudakan pada tahun 1888, para buruh Jepang keluar dari Jepang untuk bekerja dalam penanaman kopi dan menetap di Sao Paulo.¹³

Perpindahan masyarakat Jepang ke Brazil berawal dari tahun 1908. Pada tahun ini, tercatat sebanyak 781 imigran Jepang berlayar menuju pelabuhan Santos. Hingga tahun 1941, Tercatat sebanyak 190.000 imigran Jepang yang sudah bermigrasi ke Brazil. Sebanyak 94,7% dari jumlah ini, diperkerjakan secara paksa di bidang agrikultur khususnya petani kopi. Para petani Jepang ini disebut sebagai *colono*. Karena adanya beberapa kendala, yang salah satunya adalah tingginya angka kematian, para imigran Jepang memutuskan untuk pindah ke kota dan menjadi pekerja tidak terlatih. Meskipun begitu, mayoritas para imigran bertahan hidup dengan bercocok tanam dan menghasilkan sayur-sayuran di tanah yang cukup kecil. Banyak dari para petani imigran ini sudah menetap di kota Sao Paulo dan bertanggung jawab atas 80% produksi sayur-sayuran oleh petani pedesaan di pinggiran kota Sao Paulo.

Pengaruh yang diberikan oleh para petani Jepang ini mendorong para petani untuk membentuk Cotia Agricultural Co-operative pada tahun 1927, yang dibentuk oleh 83 petani Jepang dan berkembang hingga memiliki 2.000 anggota sebelum perang. Melihat banyaknya imigran yang sudah mulai menetap di Brazil,

¹² Euan Marshall, "Japan House: The Brazilian Museum Everyone's Talking About," Culture Trip, 19 Oktober 2017, diakses pada 24 Mei 2019, <https://theculturetrip.com/south-america/brazil/articles/japan-house-the-brazilian-museum-everyones-talking-about/>.

¹³ *Ibid.*

para imigran Jepang ini mulai membentuk komunitas-komunitas dan melakukan pertemuan secara rutin. Sebanyak 500 sekolah Jepang dibangun di seluruh Brazil untuk 30.000 anak-anak para imigran Jepang. Hingga pada tahun 1940, sudah banyak petani Jepang yang memiliki tanah sendiri.

Hingga saat ini, sudah terhitung sebanyak 1,5 juta masyarakat keturunan Jepang yang menetap di kota Sao Paulo.¹⁴ Terdapat cukup banyak tokoh-tokoh terkenal yang memiliki darah campuran Jepang-Brazil di berbagai bidang. Beberapa diantaranya adalah Sabrina Sato, seorang pembawa acara TV, seniman terkenal Tomie Ohtake, Hugo Hoyama yang merupakan atlet dan beberapa yang berkecimpung dalam dunia politik, seperti Luiz Gushiken dan Kim Kataguiiri. Kim Kataguiiri dapat dikatakan salah satu politikus terkenal yang juga merupakan keturunan Jepang-Brazil. Kim merupakan penemu dan pemimpin dari Free Brazil Movement, gerakan yang mempromosikan kebebasan memilih individu, pasar bebas dan pengurangan birokrasi. Banyak diantara mereka yang lahir dan tinggal di Sao Paulo.¹⁵

Dengan banyaknya jumlah masyarakat keturunan Jepang yang menetap di kota Sao Paulo menjadikan kota ini menjadi wilayah dengan jumlah populasi Jepang terbanyak di luar Jepang. Penulis melihat bahwa ini menjadi salah satu faktor yang mendukung pembangunan *Japan House* di Sao Paulo, Brazil. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, dari awal perpindahan imigran Jepang ke Brazil, para imigran memilih untuk membeli tanah untuk tempat tinggal di kota

¹⁴ Geromel, Ricardo. "All You Need To Know About Sao Paulo, Brazil's Largest City." Forbes. Forbes Magazine, 2013, diakses pada 17 Juli 2019. <https://www.forbes.com/sites/ricardogeromel/2013/07/12/all-you-need-to-know-about-sao-paulo-brazils-largest-city/#25c39aeb21ad>

¹⁵ Dawisson Lopes, "Japan-Brazil Cooperation: Flawed by Design?" The Diplomat, 10 May 2017, diakses pada 28 Juli 2019, <https://thediplomat.com/2017/05/japan-brazil-cooperation-flawed-by-design/>

Sao Paulo, hal ini dikarenakan murahnya tanah di Sao Paulo pada saat itu. Kawasan ini hingga sekarang dinamakan Liberdade, dimana kawasan ini menyerupai pemukiman di Jepang, seperti pasar, restoran hingga bentuk jalan.¹⁶

Dalam kunjungan Menteri Luar Negeri Jepang, Taro Kono ke Sao Paulo pada 20 Mei 2018, Kono menyatakan bahwa;

*“We celebrate the 110th anniversary of Japanese immigration to Brazil this year. Today, 1.9 million Japanese-Brazilians live in Brazil, while 180 thousand Brazilians live in Japan. During my conversations with young Japanese-Brazilians last night, I was most impressed by their active role in this country and their pride in both being Brazilian and also having roots in Japan. We never forget that your trust towards Japan is based on the constant contributions of those Japanese immigrants and their Nikkei descendants to the local communities in this country. We are very appreciative of that.”*¹⁷

Kono melihat bahwa masih adanya peran aktif oleh masyarakat campuran Jepang dan Brazil baik untuk Jepang atau pun Brazil sendiri. Kebanggaan mereka sebagai masyarakat Brazil yang secara bersamaan tidak membuat mereka melupakan Jepang. Kono juga menghargai kepercayaan yang dimiliki antara kedua negara dan bagaimana para imigran Jepang dan komunitas *Nikkei* (diaspora Jepang) berkontribusi dalam komunitas-komunitas lokal.

Ini menjadi alasan yang cukup kuat bagi Kementerian Luar Negeri Jepang untuk membuka *Japan House* pertama di Sao Paulo. Kono berharap *Japan House* dapat menjadi salah satu instrumen untuk menjembatani hubungan antara kedua negara yang secara geografis cukup jauh. Kono menyatakan;

“That is why Japan opened the first –ever Japan House in the world one year ago here in Sao Paulo. We hope it serves as a bridge that

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ “Policy Speech by Mr. Taro Kono, Minister for Foreign Affairs of Japan, in Japan House Sao Paulo, May 28 2015” Ministry of Foreign Affairs of Japan, diakses pada 25 Mei 2019, https://www.mofa.go.jp/la_c/sa/br/page4e_000826.html.

connects our two countries which are located on opposite sides of this planet, separated by a 24 hour flight. I came via Dubai, and actually took 27 hours. This Japan House welcomed over 770 thousand visitors since its opening. I just went upstairs and checked the number. It's actually 789 thousand today. Japan House provides opportunities for everyone to be acquainted with Japan's charming features, as well as its contribution to the world.”¹⁸

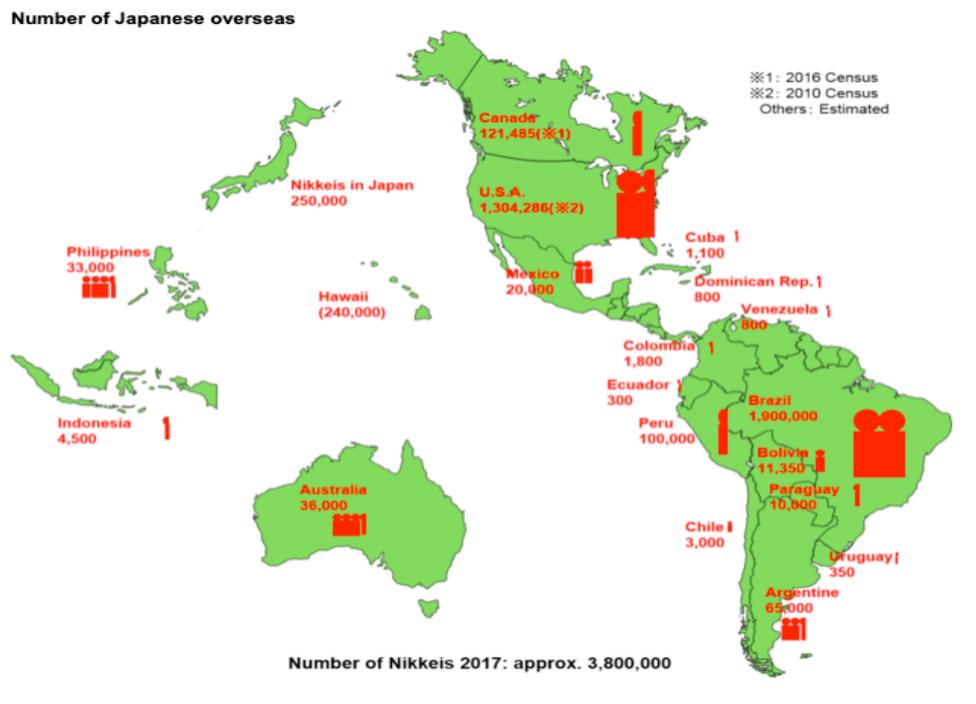
Harapan Kono adalah *Japan House* Sao Paulo mampu untuk menyediakan kesempatan bagi masyarakat Brazil ataupun para turis untuk melihat, menyaksikan dan mengenal fitur-fitur yang dimiliki Jepang dan juga kontribusi Jepang terhadap dunia.

Diambil dari data yang dikumpulkan oleh *The Association of Nikkei & Japanese Abroad*, hingga tahun 2017, jumlah warga negara Jepang di Brazil sebanyak 1.900.000 individu.¹⁹ Jumlah ini menempati peringkat tertinggi dibandingkan dengan kedua negara lain yang menjadi lokasi *Japan House*, yaitu Amerika Serikat dan Inggris. Hal ini juga menjadi alasan mengapa penulis tertarik untuk membahas proses diplomasi publik Jepang melalui *Japan House* di Sao Paulo.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*

Gambar 1. Jumlah Populasi Masyarakat Jepang di luar Jepang Tahun 2017 (Juta Jiwa)



Sumber: <http://www.jadesas.or.jp>

Menurut *Diplomatic Blue Book* Jepang yang dirilis pada tahun 2018 berdasarkan laporan tahun 2017, *Japan House* Sao Paulo telah menarik pengunjung dengan jumlah 550.000 dalam jangka waktu delapan bulan setelah pembukaan yaitu bulan Desember 2017 dan telah menjadi salah satu tempat menarik untuk dikunjungi di Sao Paulo.²⁰ Selama dua hari pertama pembukaan, *Japan House* di Sao Paulo sudah dikunjungi oleh 7.500 pengunjung.²¹ Dalam *Japan House* Sao Paulo, dapat ditemukan galeri—galeri pameran seni autentik Jepang yang juga didukung dengan adanya restoran untuk kuliner Jepang, toko pernak-pernik Jepang dan kafe bertemakan Jepang. Selain itu, untuk

²⁰ *Diplomatic Blue Book* 2018, hlm. 347

²¹ “Japanese Culture Comes Alive at Japan House in Sao Paulo/JapanGov – The Government of Japan, diakses pada 24 Mei 2019, https://www.japan.go.jp/tomodachi/2017/summer2017/japanese_culture_comes.html.

mempermudah para pengunjung untuk mengetahui Jepang lebih mendalam, disediakan perpustakaan.²²

Kekayaan budaya yang dimiliki oleh Jepang secara turun-temurun membawa nilai-nilai diplomatis yang diharapkan dapat memperkuat kehadiran Jepang di komunitas internasional dan menjaga juga memperkuat pengaruh Jepang.²³ Melalui diplomasi publiknya, dapat dilihat bahwa Jepang berusaha untuk mendapatkan peran dan posisi yang kuat di dunia. Pembangunan *Japan House* pun tidak hanya berhenti di tiga negara yang sudah disebutkan sebelumnya. Ada pun wacana pembangunan tambahan *Japan House* di Hong Kong, Jakarta dan Istanbul.²⁴

Menurut Yoshihide Soeya, dalam buku *Understanding Public Diplomacy in East Asia: Middle Powers in a Troubled Region*, Jepang memiliki “*history problem*” yang mulai muncul sebagai permasalahan diplomasi Jepang dengan negara-negara tetangganya, yaitu Cina dan Korea Selatan.²⁵ Untuk beberapa waktu, hubungan Jepang dengan Cina dan Korea Selatan bersifat mutualisme guna membangun relasi yang lebih baik untuk menghadapi permasalahan antara mereka. Akan tetapi, munculnya paham konservatif nasionalis dalam politik domestik Jepang mendorong sifat kompetitif dalam publik diplomasi Jepang yang menyebabkan munculnya kompleksitas dalam hubungan Jepang dengan Cina dan Korea Selatan.²⁶

²² Diplomatic Blue Book 2018, hlm. 348

²³ *Ibid.*

²⁴ Kyodo, “Foreign Ministry details ‘Japan House’ propaganda initiative,” *The Japan Times*, 5 Januari 2015, diakses pada 1 Agustus 2019, <https://www.japantimes.co.jp/news/2015/01/05/national/foreign-ministry-details-japan-house-propaganda-initiative/#.XYEIPC2B1QJ>

²⁵ *Ibid.*, hlm. 80

²⁶ *Ibid.*

Pada tahun 2014, seorang pakar politik, Kent Calder menerangkan dalam bukunya, *Asia in Washington*, bahwa Cina dan Korea Selatan lebih aktif dalam memberi pengaruh mereka di tempat-tempat yang strategis, seperti Washington DC. Kritikan ini cukup membuat pemerintah Jepang khawatir akan adanya upaya pembelokan informasi, narasi-narasi yang tidak sesuai bahkan propaganda terhadap Jepang. Terlebih karena adanya masalah terkait teritori dan sejarah antara ketiga negara ini.²⁷

Dengan ini, berdasarkan *Diplomatic Blue Book, Japan House* dibangun untuk mengkomunikasikan pengertian lebih mendalam mengenai Jepang dan juga berbagi daya tarik budaya Jepang yang beragam ke dunia.²⁸ Penulis melihat, bahwa upaya untuk mengkomunikasikan pengertian mengenai Jepang ini tidak lain adalah upaya yang dilakukan pemerintah Jepang untuk menghindari adanya informasi dan narasi yang tidak sesuai mengenai Jepang oleh diplomasi publik negara tetangganya, yaitu Korea Selatan dengan *Korean Wave* dan Cina dengan *Confucius Institute*.

Dengan ini, penulis melihat bahwa diplomasi publik *Japan House São Paulo* ini menarik untuk diteliti khususnya pada prosesnya. Penulis ingin melihat dimensi-dimensi apa saja yang dilakukan Jepang dalam diplomasi publik *Japan House* khususnya di kota Sao Paulo, Brazil sebagai upaya untuk memberikan pengertian lebih mengenai Jepang dan menghindari informasi yang menyimpang.

Penulis juga melihat bahwa diplomasi publik ini terkesan unik, karena diplomasi publik ini berbentuk sebuah tempat yang menyerupai museum. Usaha

²⁷ Warren Stanislaus, "Japan is Using Cultural Diplomacy to Reassert Its Place in the World – but Is the Message Too Exclusive?" *The Conversation*, 10 Desember, 2018, diakses pada 10 Januari 2019, <http://theconversation.com/japan-is-using-cultural-diplomacy-to-reassert-its-place-in-the-world-but-is-the-message-too-exclusive-106463>.

²⁸ *Diplomatic Blue Book* 2018, hlm. 233

ini juga merupakan upaya untuk memperbaiki citra Jepang dan menjadi bentuk *soft power* yang dimiliki Jepang untuk mengkomunikasikan budaya dan teknologi yang dimilikinya ke tingkat global.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, terdapat satu rumusan masalah yang akan dikaji oleh penulis, yaitu:

“Bagaimana Proses Diplomasi Publik Jepang melalui Japan House São Paulo (JHSP) di Brazil Tahun 2017 – 2019?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan juga menganalisis proses diplomasi publik Jepang melalui *Japan House São Paulo* (JHSP) di Brazil pada tahun 2017-2019.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu hubungan internasional dan menjadi sumbangsih untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai proses diplomasi publik Jepang melalui *Japan House Japan House São Paulo* (JHSP) di Brazil pada tahun 2017-2019.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Studi Terdahulu

Untuk menganalisis diplomasi publik *Japan House* di Sao Paulo, Brazil, penulis mengumpulkan dua studi terdahulu. Studi terdahulu yang pertama merupakan karya tulis oleh Michael McDowell yang berjudul *JAPAN HOUSE: New Public Diplomacy Initiative Grows Awareness & Appreciation of Japan*. Dalam tulisannya ini, McDowell memberikan penjelasan umum mengenai *Japan House*, mulai dari lokasi hingga hal-hal apa saja yang dapat pengunjung temukan di setiap *Japan House*. McDowell melihat bahwa *Japan House* di Los Angeles, California merupakan lokasi yang sangat strategis untuk menarik banyak pengunjung. Hollywood & Highland Center, yang menjadi lokasi JHLA, merupakan salah satu lokasi ikonik dengan wisata hiburan yang sangat terkenal.

McDowell menjelaskan bahwa sebanyak 45 juta orang mengunjungi Los Angeles di setiap tahunnya, 11 juta diantaranya selalu melewati Hollywood & Highland Center. Tidak hanya itu, Hollywood & Highland Center juga dibangun di atas stasiun kereta bawah tanah terpadat di Los Angeles.²⁹ Lokasi ini juga sangat dekat dengan Hollywood Bowl, yang menjadi tempat penyelenggaraan konser yang cukup besar.

Dalam penulisannya ini, McDowell meneliti lebih lanjut dengan melihat relasi yang baik antara Jepang dan Los Angeles yang telah dibangun sejak lama.

²⁹ Michael McDowell, *JAPAN HOUSE: New Public Diplomacy Initiative Grows Awareness & Appreciation of Japan* (Japan SPOTLIGHT, 2018), hlm. 62

Dilihat dari 125 tahun yang lalu ketika masyarakat Jepang mulai bermigrasi ke Amerika Serikat. Hubungan *sister cities* antara Nagoya dan Los Angeles pada tahun 1959 makin mempererat relasi ini. Hingga sekarang, sudah terdapat 16 kota di Los Angeles yang secara resmi menjadi *sister cities* bagi Jepang. Kedua pihak saling bekerja sama untuk mengapresiasi budaya Jepang.³⁰

Untuk memperkuat penjelasan terhadap relasi Jepang dan Los Angeles, McDowell memberikan perbandingan produk import Jepang – Los Angeles dan sebaliknya. Jepang juga menjadi salah satu investor industri terbesar di California Selatan, khususnya dalam bidang manufaktur, retail dan teknologi informasi. Kurang lebih setengah dari perusahaan Jepang yang beroperasi di California terletak di Los Angeles. Jepang juga termasuk dalam lima besar penyumbang turis untuk Los Angeles, dengan jumlah lebih dari 250.000 turis dari Jepang berkunjung dan menghabiskan lebih dari USD 600.000.000 di Los Angeles, menurut laporan *Los Angeles Tourism and Convention Board*.³¹

Selain menjelaskan tentang diplomasi publik *Japan House*, McDowell turut menjelaskan tentang diplomasi publik Jepang dalam bidang edukasi dan budaya yaitu dengan adanya program-program akademik di tingkat universitas. Di dua universitas terbaik di Los Angeles, yaitu University of Southern California (USC) dan University of California, Los Angeles (UCLA), terdapat pusat pendidikan dan penelitian yang melibatkan Jepang, yaitu *The UCLA Terasaki Center for Japanese Studies, Research and Teaching*, yang menyediakan

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*, hlm. 63

Japanese Studies Graduate Program. Di USC, terdapat *The USC Ito Center for Japanese Religions & Culture*.³²

McDowell juga menjelaskan mengenai tantangan-tantangan yang akan dihadapi JHLA. McDowell melihat, meskipun JHLA terletak di Hollywood, Los Angeles merupakan kota yang sangat luas dan mayoritas penduduknya menggunakan kendaraan pribadi. Melihat ini, McDowell berpendapat bahwa untuk menarik perhatian masyarakat lokal, maka suatu tempat haruslah sangat unik. Selain itu, tantangan lain adalah JHLA harus berusaha lebih keras untuk menarik perhatian media, karena di lokasi yang menjadi “*entertainment capital of the world*” ini, JHLA harus bisa bersaing dengan tempat-tempat wisata lainnya.³³

Dalam tulisannya ini, McDowell menggunakan konsep *soft power* oleh ahli politik Joseph Nye, dimana *soft power* diartikan sebagai kemampuan untuk membentuk opini, preferensi hingga terkadang keputusan pihak lain untuk mencapai tujuan yang diinginkan. McDowell menuturkan bahwa dengan mendirikan Japan House, Jepang menggunakan budaya untuk menarik perhatian negara lain. Budaya menjadi *solid impact* dalam penggunaan *soft power* Jepang. McDowell juga menjelaskan bahwa Jepang menjadi salah satu negara dengan *soft power* yang kuat, dibuktikan dengan laporan *The Soft Power 30: A Global Ranking of Soft Power* yang dibuat oleh *Portland Communications*, pada tahun 2015, Jepang menempati peringkat ke-6 sebagai negara yang berpengaruh melalui *soft power*-nya. Menurut McDowell, *Japan House* merupakan peluang Jepang untuk menaikkan peringkatnya.³⁴

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*, hlm. 64

³⁴ *Ibid.*

Penelitian yang dilakukan McDowell memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Persamaan yang dimiliki terletak pada fokus dari penelitian ini, yaitu mengenai *Japan House*. Dalam penelitiannya, McDowell menggunakan alat analisis *soft power* oleh Joseph Nye. Berbeda dengan penelitian penulis, dimana pada penelitian ini penulis menggunakan konsep diplomasi publik oleh Mark Leonard.

Studi terdahulu lain yang membantu penulis dalam melakukan penelitian ini adalah tesis milik Antoaneta Vanc dari University of Tennessee yang berjudul *The Relationship Management Process of Public Diplomacy: U.S. Public Diplomacy in Romania*. Vanc menjelaskan tentang praktik diplomasi publik Amerika Serikat yang pernah dikontrol oleh rezim komunis, yaitu Romania. Penelitian ini menginvestigasi pendekatan-pendekatan diplomasi publik oleh diplomat Amerika Serikat di Romania.³⁵

Vanc melihat bahwa diplomat Amerika Serikat yang bekerja di Romania pada tahun 2001 – 2009, menggunakan berbagai cara untuk mempertahankan relasi dengan masyarakat sipil. Vanc menemukan bahwa peran utama para diplomat ini adalah membuat relasi secara langsung dengan masyarakat dan memfasilitasi kerja sama bilateral antara masyarakat Amerika Serikat dan Romania.

36

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara dengan beberapa diplomat Amerika Serikat di Romania. Vanc menggunakan dimensi-dimensi diplomasi publik oleh Mark Leonard, diantaranya *news management*, *strategic communications* dan *relationship building*. Dalam wawancara ini, salah satu

³⁵ Antoaneta Vanc, *The Relationship Management Process of Public Diplomacy: U.S. Public Diplomacy in Romania* (Tennessee Research and Creative Exchange: 2010), hlm. 2

³⁶ *Ibid.*, hlm. 154

diplomat menyatakan bahwa setiap individu yang berada dalam kedutaan memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi mengenai kebijakan luar negeri Amerika, sehingga para masyarakat Romania mendapat pemahaman lebih mengenai Amerika Serikat.³⁷ Peran komunikasi sangat krusial untuk menyampaikan perspektif Amerika Serikat.

Untuk mencapai tujuannya ini, para diplomat memastikan adanya keterlibatan media. Para jurnalis di Romania dipastikan mempunyai akses untuk mencari informasi mengenai Amerika Serikat, seperti wawancara dan publikasi berita. Program-program lain seperti pembukaan persputakaan, jaringan televisi Romania dan beberapa program edukasi lainnya.

Untuk membangun relasi yang lebih baik, para diplomat memastikan bahwa setiap upaya harus transparan dan tidak adanya agenda rahasia, untuk menghindari pandangan bahwa apa yang dilakukan para diplomat semata-mata hanya propaganda.³⁸ Informasi yang diberikan harus sejujur-jujurnya, baik itu bersifat negatif ataupun positif, karena *image* yang dibentuk terhadap Amerika Serikat tidak selamanya harus sempurna. Para diplomat juga mengadakan kuliah umum dengan mendatangkan pembicara dari Amerika Serikat untuk memberi informasi lebih detail mengenai Amerika Serikat.³⁹

Vanc menyebutkan bahwa dalam penelitian ini, Vanc menemukan bahwa diplomat Amerika Serikat di Romania memiliki peran penting sebagai fasalikator dari kerja sama bilateral antara kedua negara ini. Keberhasilan para diplomat

³⁷ *Ibid.*

³⁸ *Ibid.*, hlm. 161

³⁹ *Ibid.*

dengan mengatur informasi dan relasi membuat diplomasi publik Amerika Serikat membuahkan hasil yang baik.⁴⁰

Penelitian yang dilakukan penulis dan penelitian yang dilakukan Vanc memiliki persamaan dan perbedaan. Dalam penelitian yang dilakukan penulis, penulis berfokus pada diplomasi publik yang dilakukan Jepang melalui *Japan House* di Brazil sedangkan Vanc meneliti diplomasi publik Amerika Serikat di Romania. Alat analisis yang digunakan penulis dengan Vanc menjadi persamaan dalam penelitian ini, dimana penulis menggunakan konsep dimensi diplomasi publik oleh Mark Leonard, dan dalam penelitiannya, Vanc juga menggunakan konsep yang sama.

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 *Soft Power*

Dalam bukunya yang berjudul *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Joseph S. Nye Jr. menjelaskan bahwa salah satu instrumen untuk mencapai tujuan dengan mempengaruhi suatu pihak adalah *power*. Terdapat tiga cara untuk memberikan pengaruh pihak lain, antara lain; (a) *threats of coercion* (“*sticks*”); (b) *inducements and payments* (“*carrots*”); dan (c) *attraction that makes others want what you want*.⁴¹ *Sticks* dan *carrots* merupakan wujud dari *hard power*, sedangkan yang ketiga merupakan *soft power*.

Joseph S. Nye Jr. mendefinisikan *soft power* sebagai “*ability to affect others to obtain the outcomes one wants through attraction rather than coercion*”

⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 176

⁴¹ Joseph S. Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New York: PublicAffairs, 2009), hlm. 94

or payment."⁴² Kemampuan suatu pihak untuk mempengaruhi pihak lain, dapat dilakukan dengan memberikan daya tarik daripada menggunakan paksaan. Pengaruh ini dilakukan guna mencapai tujuan yang diinginkan suatu pihak tertentu. *Soft power* yang dimiliki suatu negara berasal dari budaya, nilai dan kebijakan-kebijakan yang dimiliki.⁴³ Dari sumber-sumber ini, negara dapat melaksanakan diplomasi publiknya dengan menarik perhatian masyarakat negara lain, bukan pemerintah saja. Berbagai cara yang dilakukan untuk menarik perhatian diantaranya melalui penyiaran, pertukaran budaya, dan lain sebagainya.

44

Meskipun *hard* dan *soft power* pada dasarnya merupakan kemampuan untuk mencapai suatu tujuan dengan mempengaruhi sikap dari pihak lain, perbedaan dari kedua kekuatan ini terletak jenis *power* yang digunakan. *Hard power* menggunakan *command power* yang diartikan sebagai perintah atau komando, dimana untuk mempengaruhi sikap pihak lain, maka suatu pihak akan bersikap lebih koersif. *Soft power* menggunakan *co-optive power*, dimana untuk mempengaruhi sikap pihak lain, suatu pihak akan mencoba untuk menarik perhatian pihak lain dengan memperlihatkan nilai dan budayanya. Selain itu, *co-optive power* juga kemampuan untuk memanipulasi agenda politik pihak lain.⁴⁵

Terdapat tiga sumber *soft power*, yaitu *culture*, *political values* dan *foreign policies*. *Culture* atau budaya menjadi daya tarik untuk pihak lain, karena budaya sendiri merupakan nilai-nilai yang cukup penting bagi publik. Apabila suatu negara memiliki budaya dengan nilai-nilai yang universal dan kebijakan yang

⁴² *Ibid.*

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ *Ibid.*, hlm. 95

⁴⁵ *Ibid.*

dikeluarkan mengandung nilai-nilai yang dipakai negara lain, maka peluang untuk mencapai yang tujuan yang diinginkan semakin besar. Nilai-nilai yang terkesan sempit menyulitkan suatu negara untuk mempunyai *soft power*. Sebagai contoh, Amerika Serikat merupakan salah satu negara yang memiliki *soft power* kuat. Hal ini dikarenakan budaya yang dimiliki bersifat sangat universal. Menurut Josef Joffe, *soft power* yang dimiliki Amerika Serikat bahkan lebih kuat dari kekuatan militer dan ekonominya. Joffe mengatakan;

*“U.S. culture, low-brow or high, radiates upward with an intensity last seen in the days of the Roman Empire—but with a novel twist. Rome’s and Soviet Russia’s cultural sway stopped exactly at their military borders. America’s soft power, though, rules over an empire on which the sun never sets.”*⁴⁶

Akan tetapi, *soft power* budaya yang dimiliki suatu negara dapat dilemahkan oleh kebijakan-kebijakan yang dinilai tidak pantas. Kembali lagi dengan Amerika Serikat, ketika keputusan untuk melakukan invasi ke Irak, BBC melakukan *opinion polling* terhadap 25 negara pada tahun 2007 dan mendapatkan hasil bahwa setengah dari negara-negara ini melihat bahwa Amerika Serikat memiliki peran negatif untuk dunia.⁴⁷

Preferensi negara lain terbentuk berdasarkan nilai-nilai yang diadopsi suatu negara. Bagaimana sikap negara tersebut secara domestik, berhubungan dengan institusi internasional dan kebijakan luar negerinya.⁴⁸ Nilai-nilai politik suatu negara, seperti demokrasi dan hak asasi manusia dapat menjadi sumber yang kuat untuk daya tarik negara tersebut, meskipun terkadang tidak selalu berhasil. Sebagai contoh, nilai-nilai yang dimiliki

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 29

⁴⁷ New York Times dalam Joseph S. Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New York: PublicAffairs, 2009), hlm. 96

⁴⁸ *Ibid.*

Amerika Serikat seperti feminisme dan kebebasan berindividu dapat menjadi daya tarik bagi banyak negara tetapi tidak menarik bagi negara-negara patriarki.⁴⁹

Kebijakan pemerintah dalam negeri maupun luar negeri juga menjadi sumber penting *soft power*. Setiap negara berusaha mencapai kepentingan nasionalnya dengan mengeluarkan kebijakan luar negeri. Akan tetapi, terdapat pilihan-pilihan mengenai bagaimana kebijakan ini akan mempresentasikan kepentingan nasional suatu negara dan bagaimana cara pencapaiannya. *Soft power* berbicara tentang memobilisasi kerja sama antar negara tanpa adanya ancaman atau ganjaran.⁵⁰

Nye memberikan contoh Amerika Serikat yang melakukan segregasi ras pada tahun 1950, yang berpengaruh pada lemahnya *soft power* Amerika Serikat di Afrika. Selain itu, kebijakan Amerika Serikat terhadap kepemilikan senjata untuk rakyat sipil yang dinilai lemah mempengaruhi *soft power* Amerika Serikat di Eropa.⁵¹ Kebijakan-kebijakan ini memiliki efek-efek baik jangka panjang atau pun jangka pendek tergantung perubahan konteksnya. Kebijakan dalam atau luar negeri yang bersifat hipokrit, arogan dan berbeda dari opini pihak lain sangat memungkinkan untuk merusak *soft power*.⁵²

Dibandingkan dengan *hard power*, *soft power* lebih sulit digunakan. Pada kekuatan-kekuatan militer dan ekonomi, *outcomes* yang diharapkan lebih cepat tercapai, karena *hard power* dapat digunakan secara langsung

⁴⁹ *Ibid.*, hlm. 75

⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 83

⁵¹ *Ibid.*, 30

⁵² *Ibid.*, 32

dan cepat. Berbeda dengan itu, *soft power* dalam penggunaannya akan lebih lama untuk mencapai *outcomes* yang diharapkan. Sumber-sumber dalam *soft power* seringkali bekerja secara tidak langsung dan terkadang memakan waktu yang cukup lama untuk berhasil.⁵³

Melihat sumber-sumber pada *soft power* yang telah ditulis sebelumnya, dapat dilihat bahwa suatu negara berupaya untuk membentuk citra yang positif agar dapat menjalankan *soft power*-nya dan negara lain pun dapat menerima. Upaya-upaya yang dilakukan suatu negara untuk memproyeksikan *soft power* bertransformasi dari tahun ke tahun.⁵⁴ Upaya ini pun terkadang terhambat oleh kondisi dimana penyebaran informasi negara lain dikontrol secara penuh oleh pemerintah, yang menyulitkan suatu negara untuk memberikan *soft power* pada masyarakat negara tersebut. Pentingnya opini publik dalam mempengaruhi kebijakan suatu negara juga menjadi penting bagi berhasil atau tidaknya *soft power*. Oleh karena itu, diplomasi publik menjadi salah satu instrumen untuk menjalankan *soft power*.

2.2.2 Diplomasi Publik

Istilah diplomasi publik dikenal mulai 1965 oleh Edmund Guillon, seorang peneliti dan diplomat. Awalnya, diplomasi publik didefinisikan oleh Dizard Jr. Wilson (2001) sebagai;

“influence public attitudes in the formation and execution of foreign policies. It encompasses dimensions of international relations beyond traditional diplomacy ... [including] the formation of governments, of public opinion in other countries; interaction between private interest

⁵³ *Ibid.*, 124

⁵⁴ *Ibid.*, 138

*groups from different countries; inform the population on international affairs and their influence on domestic policy; communication between those whose function is communication even, as well as diplomats and foreign journalists; (And) the process of intercultural communication.”*⁵⁵

Definisi ini menjelaskan bahwa diplomasi publik berupaya untuk mempengaruhi perilaku publik dengan membuat dan mengeluarkan kebijakan luar negeri. Diplomasi publik mencakup interaksi antara aktor-aktor selain pemerintah antara satu negara dengan negara lain, menyampaikan informasi kepada masyarakat internasional dan pengaruh-pengaruh yang diberikan terhadap kebijakan domestik, melakukan komunikasi antara pihak-pihak yang berperan sebagai pengatur komunikasi seperti media internasional dan diplomat, hingga hubungan budaya.

Mengutip dari Edward Murrow (1963) diplomasi publik sangat berbeda dari diplomasi tradisional yang membutuhkan interaksi bukan hanya dengan pemerintah, akan tetapi juga melibatkan aktor non-pemerintah. Selain itu, diplomasi publik sering menghadirkan banyak pandangan-pandangan dari individu mau pun organisasi di Amerika yang dapat membantu pemerintah.⁵⁶

Diplomasi publik seringkali dikaitkan dengan propaganda. Para jurnalis melihat bahwa diplomasi publik merupakan mekanisme untuk memberikan pesan-pesan yang kebenarannya masih dipertanyakan.⁵⁷ Faktanya, menurut Mark Leonard, salah satu ahli diplomasi publik asal Inggris, diplomasi publik memiliki proses yang bukan hanya sekedar menyampaikan pesan. Leonard berpendapat bahwa;

⁵⁵ Dizard JR. Wilson dalam Elena Gurgu, *New Public Diplomacy and its Effects on International Level* (Spiru Haret University: Bucharest, 2016), hlm. 2

⁵⁶ Mark Leonard, *Public Diplomacy* (The Foreign Policy Centre, 2002) hlm. 1

⁵⁷ *Ibid.*, hlm. 8

*“Public diplomacy is about building relationship: understanding the needs of other countries, cultures and peoples; communicating our points of view; correcting misperceptions; looking for areas where we can find common cause. The difference between public and traditional diplomacy is that public diplomacy involves a much broader group of people on both sides, and a broader set of interests that go beyond those of the government of the day.”*⁵⁸

Mark Leonard melihat bahwa diplomasi publik tidak hanya sekedar menyebarkan informasi, melainkan upaya suatu negara untuk membangun relasi yang baik dengan negara lain. Upaya ini dapat dilakukan dengan memahami kebutuhan, memperbaiki miskonsepsi dan melihat persamaan-persamaan yang dimiliki antara kedua negara. Adapun perbedaan antara diplomasi publik dengan diplomasi tradisional. Diplomasi publik melibatkan massa yang lebih luas, tidak hanya pemerintah saja.

Mark Leonard memberikan beberapa tingkat dari dampak yang bisa dicapai oleh diplomasi publik; (1) bertambahnya pengetahuan masyarakat terhadap negara lain (membuat masyarakat memikirkan tentang negara tersebut, memperbaharui *image* dan membalikkan opini-opini yang tidak sesuai); (2) meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap negara lain (menciptakan persepsi yang positif, menarik pihak lain untuk melihat isu-isu global dari perspektif yang sama); (3) melibatkan masyarakat dengan negara lain (memperkuat kerja sama dalam bidang edukasi; menarik masyarakat untuk melihat suatu negara sebagai destinasi baik melakukan turisme atau pun studi; menarik masyarakat untuk membeli produk; menarik masyarakat untuk memahami nilai-nilai negara lain); (4) mempengaruhi masyarakat (menarik perusahaan untuk berinvestasi dan aktor-aktor lainnya yang melihat negara lain sebagai rekan kerja sama).⁵⁹ Untuk

⁵⁸ *Ibid.*, hlm. 9

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 10

mencapai tujuan-tujuan ini, pemerintah harus mengerti bahwa diplomasi publik bukan proses memberikan pesan satu dimensi.⁶⁰

. Menurut Mark Leonard, konsep diplomasi publik sendiri mulai dibutuhkan setelah selesainya Perang Dingin. Diplomasi publik dibutuhkan untuk menyebarluaskan demokrasi, media, munculnya NGO dan gerakan-gerakan yang mulai merubah kekuasaan yang semakin mendesak pemerintah. Untuk menjalankan diplomasi publik itu sendiri, setiap negara memiliki badan atau institusi, baik itu badan dari pemerintah atau institusi independen. Setiap aktor ini memiliki misi dan prioritas sendiri.⁶¹

Ada tiga dimensi dalam diplomasi publik; *news management*, *strategic communications* dan *relationship building*. Tiap dimensi bekerja dengan periode waktu yang berbeda-beda. *News management* akan memakan waktu berjam-jam atau dalam hitungan hari, *strategic communications* memakan waktu berminggu-minggu hingga berbulan-bulan dan *relationship building* dapat memakan waktu hingga bertahun-tahun.⁶²

News Management

Dimensi *news management* juga dijelaskan oleh Joseph Nye Jr., dimana dimensi ini melibatkan penjelasan dari pemerintah mengenai kebijakan-kebijakan yang dibuat, baik domestik maupun luar negeri. Setelah membuat keputusan, pemerintah akan melakukan konferensi pers yang hanya berfokus untuk masyarakatnya, dimana dalam diplomasi publik media luar negeri menjadi aspek yang penting. Leonard melihat bahwa apabila pemerintah hanya fokus pada media

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ *Ibid.*, hlm. 10

⁶² *Ibid.*

domestik saja, pemerintah akan gagal untuk menyadari efek dari keputusannya dan persepsi masyarakat internasional terhadap keputusan tersebut.⁶³

Terkadang, setelah membuat suatu keputusan atau kebijakan, pemerintah hanya berfokus untuk memberikan informasi mengenai kebijakan atau keputusan ini untuk masyarakatnya, atau media nasional. Leonard berpendapat bahwa pentingnya media internasional atau negara lain untuk juga mengetahui mengenai suatu keputusan yang dibuat. Dimensi ini bersifat *day-to-day*, yang dimana melibatkan persiapan untuk menangani krisis atau kritikan dengan maksud untuk menghindari miskomunikasi dan misinformasi. Maka dari itu, *news management* dilakukan dengan cepat.

Strategic Communications

Dimensi yang kedua, yakni *strategic communications*. Dalam diplomasi tradisional, pemerintah dinilai cukup baik dalam menyampaikan perspektif mereka mengenai suatu isu, tetapi belum efektif dalam membentuk dan mengatur persepsi negara lain secara penuh. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan tanggung jawab antara institusi-institusi dengan hal-hal terkait politik, dagang, turisme, investasi dan budaya.⁶⁴ Mark Leonard menggunakan Inggris sebagai contoh untuk dimensi ini.

Salah satu *British Permanent Representative* untuk Uni Eropa, Sir Michael Butler, berpendapat bahwa persepsi dari negara lain akan mempengaruhi diplomasi. “*We need to have a broad image which is favourably perceived in the key countries where we are based. If your government is perceived as self-*

⁶³ Joseph S. Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New York: PublicAffairs, 2009), hlm. 104

⁶⁴ *Ibid.*

interested, reactionary and unhelpful, it will seriously hamper your ability to get your way.”⁶⁵ Image yang ingin ditampilkan suatu negara harus sesuai dan bisa diterima oleh negara lain. Apabila pemerintah dianggap egois, reaksioner dan tidak membantu, maka akan sulit untuk mencapai apa yang diinginkan.

Pada dasarnya, *strategic communications* sedikit banyak memiliki persamaan dengan kampanye politik, yakni mengatur pesan-pesan strategis dan merencanakan suatu aktivitas selama lebih dari satu tahun untuk memperkuat rencana tersebut. Sangatlah penting dalam diplomasi publik untuk memiliki prinsip yang tegas dalam memberikan pesan-pesan, baik mengenai negara sendiri dan bagaimana mereka bekerja sama dalam mempromosikan hal tersebut.⁶⁶ Menjadi sangat penting bagi aktor diplomasi publik untuk tegas dalam memberikan pesan dan kesan mengenai negaranya dan bagaimana cara mereka untuk mempromosikan pesan tersebut.⁶⁷

Relationship Building

Relationship building, sebagai dimensi ketiga, merupakan dimensi yang bersifat jangka panjang. Dalam prosesnya, *relationship building* akan berusaha untuk membuat relasi yang berkelanjutan dengan beberapa cara, misalnya pemberian beasiswa, pertukaran, pelatihan, seminar, konferensi dan memberikan masyarakat akses kepada kanal media. Cara-cara ini membedakan *relationship building* dengan praktik-praktik diplomasi pada umumnya.⁶⁸ Relasi yang hendak dibangun merupakan relasi antara politisi, penasihat khusus, pelaku bisnis,

⁶⁵ *Ibid.*, hlm. 14

⁶⁶ *Ibid.*

⁶⁷ *Ibid.*

⁶⁸ *Ibid.*, hlm. 17

budayawan atau akademisi.⁶⁹ Tidak hanya upaya untuk membangun relasi, akan tetapi pengalaman-pengalaman yang dibawa orang bersifat positif dan berkelanjutan. Membangun relasi berbeda dengan sekedar menjual pesan. *Relationship building* melibatkan kesan-kesan yang akan dibawa oleh pihak lain terkait suatu negara.

2.3 Operasionalisasi Konsep

Untuk mengoperasionalkan konsep yang penulis gunakan, penulis akan menghubungkan konsep dimensi diplomasi publik milik Mark Leonard dengan kasus yang dipilih penulis yaitu analisis proses diplomasi publik Jepang melalui *Japan House* di Los Angeles, Brazil pada tahun 2017.

Tabel 1. Operasionalisasi Konsep Dimensi Diplomasi Publik oleh Mark Leonard dalam Kasus Proses Diplomasi Publik oleh Jepang melalui *Japan House São Paulo* (JHSP) di Brazil pada tahun 2017-2019

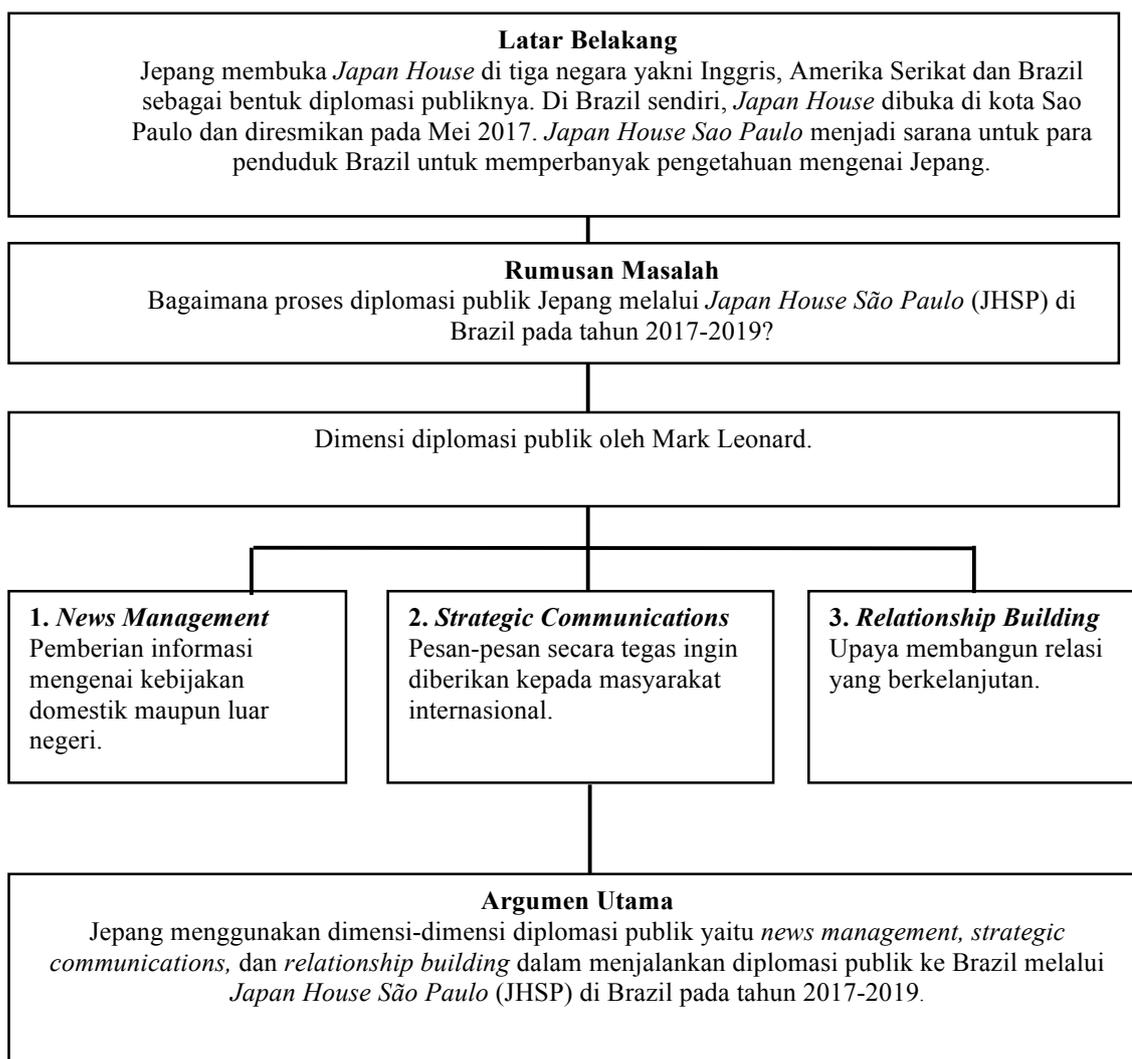
Konsep	Variabel	Indikator	Operasionalisasi
Dimensi Diplomasi Publik	<i>News</i>	Pemberian informasi mengenai kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh pemerintah baik kebijakan domestik atau pun kebijakan luar negeri kepada media dan masyarakat domestik maupun internasional.	➤ Adanya penyampaian informasi dari pemerintah Jepang kepada media dan masyarakat domestik dan internasional secara rutin.
	<i>Management</i>		➤ Adanya penyampaian informasi dari pemerintah Jepang mengenai kebijakan-kebijakan yang

⁶⁹ *Ibid.*, hlm.. 18

			dibuat dalam bentuk <i>official statements</i> dan <i>press releases</i> baik secara langsung mau pun melalui media sosial dan <i>website</i> .
	<i>Strategic Communication</i>	Pesan-pesan yang secara tegas ingin disampaikan dalam proses diplomasi publik beserta cara atau strategi untuk melakukan atau merealisasikan pesan tersebut.	Adanya pesan-pesan strategis oleh pemerintah Jepang dalam mempromosikan Jepang sebagai negara demokratis dan memiliki keindahan budaya dan membentuk <i>image</i> yang ingin ditampilkan kepada Brazil melalui kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh <i>Japan House São Paulo</i> .
	<i>Relationship Building</i>	Upaya untuk membentuk relasi jangka panjang dengan cara-cara seperti beasiswa, pertukaran pelajar dan budaya,	Adanya program-program atau acara-acara yang disediakan oleh Jepang melalui <i>Japan House</i> seperti seminar, pertukaran

		konferensi, seminar dan lain sebagainya.	budaya/pelajar, dan pemberian akses informasi sebagai bentuk upaya Jepang untuk membangun dan mempertahankan relasi yang baik dengan Brazil.
--	--	--	--

2.4 Alur Pemikiran



2.5 Argumen Utama

Berdasarkan analisis singkat yang sudah dijelaskan sebelumnya, penulis mengajukan argumen utama yaitu diplomasi publik oleh Jepang melalui *Japan House* di Sao Paulo, Brazil dilakukan dengan menggunakan tiga dimensi publik, yakni *news management*, *strategic communications* dan *relationship building* untuk memberikan pengetahuan lebih masyarakat Brazil maupun masyarakat diaspora Jepang di Brazil mengenai Jepang

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dengan judul “Proses Diplomasi Publik Jepang melalui *Japan House São Paulo* (JHSP) di Brazil pada tahun 2017-2019” menggunakan penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif adalah untuk menjawab pertanyaan siapa, apa, di mana, kapan atau berapa, sehingga penelitian ini berupaya untuk melaporkan apa yang terjadi.⁷⁰ Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dimana penulis berusaha memahami suatu fenomena, yaitu proses diplomasi publik Jepang melalui *Japan House* di Brazil pada tahun 2017 secara mendalam.

3.2 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini merupakan periode setelah *Japan House* di Sao Paulo, Brazil diresmikan pada tahun 2017, sehingga penulis dapat meneliti bagaimana proses diplomasi publik Jepang melalui *Japan House* di Sao Paulo. Dengan itu, tahun 2017 hingga 2019 menjadi ruang lingkup penelitian ini.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah melalui studi pustaka. Data yang penulis dapat merupakan hasil dari proses mengumpulkan, mempelajari dan menganalisa dari berbagai sumber pustaka yakni buku, jurnal, dokumen resmi, artikel, media massa baik dalam bentuk cetak maupun elektronik yang menyediakan sumber yang relevan untuk penelitian ini.

⁷⁰ Mohtar Mas'oed, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*, hlm. 68

3.4 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis kualitatif dengan menggunakan data yang didapat dari berbagai sumber kepustakaan yang telah diseleksi guna mendapatkan data yang relevan untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini.

3.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang dari penelitian ini, diikuti dengan rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II: Kerangka Pemikiran

Bab ini menjelaskan tentang kerangka konseptual yang penulis gunakan dalam penelitian ini yang akan menjadi alat analisis penulis. Bab ini berisikan studi terdahulu, kerangka konseptual, operasionalisasi, alur pemikiran dan argumen utama penelitian.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini akan menjelaskan metode apa yang digunakan penulis dalam penelitian ini. Bab ini berisi jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan sistematika penulisan.

BAB IV: Gambaran Umum

Pada bab ini penulis akan menjelaskan perkembangan diplomasi publik Jepang yang sudah dilakukan sebelumnya hingga diplomasi publik Jepang yang akan diteliti oleh penulis yaitu *Japan House*.

BAB V: Pembahasan

Pada bab ini akan dijelaskan dimensi-dimensi dalam diplomasi publik yang terdapat dalam proses diplomasi publik Jepang melalui *Japan House São Paulo* di Brazil dengan menggunakan data-data yang telah penulis kumpulkan dan menganalisis sesuai dengan konsep dimensi diplomasi publik oleh Mark Leonard.

BAB VI: Penutup

Pada bab ini akan dijelaskan kesimpulan apa yang penulis dapatkan dalam penelitian ini yang disertakan dengan saran terkait dengan analisis proses diplomasi publik Jepang melalui *Japan House São Paulo* (JHSP) di Brazil pada tahun 2017-2019.

BAB IV

GAMBARAN PERKEMBANGAN DAN INSTITUSI DIPLOMASI PUBLIK JEPANG DAN *JAPAN HOUSE SÃO PAULO*

4.1 Perkembangan Diplomasi Publik Jepang

Pada tahun 1920 hingga 1930, beberapa negara yang mempunyai *power* dalam struktur internasional berlomba-lomba menggunakan pertukaran budaya sebagai instrumen diplomasi mereka. Dalam periode ini, organisasi pertukaran budaya mulai terbentuk seperti Jerman dengan *Goethe Institute* (1932), Inggris dengan *British Council* (1934) hingga *Interdepartmental Committee for Scientific Cooperation* dan *Division for Cultural Cooperation* (1938) dalam pemerintahan Amerika Serikat untuk menghadapi propaganda Nazi.⁷¹

Di tahun yang sama dengan terbentuknya *British Council*, Jepang menjadi negara non-barat pertama yang membentuk organisasi pertukaran budaya internasional modern, yaitu *The Society for International Cultural Relations* atau *Kokusai Bunka Shinko-kai* (KBS).⁷² KBS sebagai organisasi yang terbentuk dari donasi perusahaan swasta dan subsidi negara, memiliki program seperti dialog antara tokoh budaya, misi budaya dan publikasi mengenai Jepang. Terbentuknya KBS merupakan hasil dari terisolasinya Jepang akibat keluarnya dari Liga Bangsa-Bangsa pada tahun 1933. Untuk memperbaiki *image*, maka Tokyo merasa pentingnya budaya untuk memperbaiki posisinya melalui KBS.⁷³

⁷¹ Tadashi Ogawa, *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (New York: Routledge, 2009), hlm. 273

⁷² *Ibid.*

⁷³ *Ibid.*

Jepang kehilangan kedaulatannya setelah menyerah kepada Blok Sekutu dalam Perang Dunia II, hal ini menyebabkan berhentinya kegiatan relasi publik eksternal dan pertukaran budaya. Menyerahnya Jepang ini juga menjadi akhir dari kekuatan militer Jepang. Dua tahun setelah ini, Jepang mengadopsi konstitusi baru yang dibentuk oleh tim dari Blok Sekutu, dipimpin oleh Jenderal MacArthur.⁷⁴

Isi dari konstitusi ini menjelaskan bahwa masyarakat Jepang menginginkan kerja sama yang damai dengan semua negara dan tidak akan lagi melakukan perang. Ada pun tertulis dalam Artikel 9, bahwa “*the Japanese people forever renounce war as a sovereign right of the nation and the threat or use of force as means of settling international disputes.*”⁷⁵ Masyarakat Jepang dengan ini tidak akan lagi menggunakan perang sebagai cara untuk menyelesaikan konflik internasional.

Selain itu, untuk memperbaiki kedaulatannya setelah hilang akibat menyerah pada Blok Sekutu, Jepang mengambil langkah untuk bergabung dalam UNESCO dan berhasil menjadi anggota tetap pada Juli 1951, dua bulan sebelum ditandatanganinya *San Fransisco Peace Treaty* antara Jepang dan Blok Sekutu pada September 1951.⁷⁶

Dengan demikian, diplomasi publik Jepang dilatarbelakangi oleh keinginan Jepang untuk menghapus *image* negara militer. Maka dari itu, Jepang bertujuan untuk memperkuat citra sebagai negara demokrasi dan pasifis dan memperbaiki persepsi dan pengertian yang salah oleh negara lain terhadap Jepang pasca perang. Upaya yang dilakukan Jepang salah satunya adalah dengan

⁷⁴ Alex Ward, “Japan: the Rise of Its New Militarism Could Change the World,” Vox (Vox, 30 April, 2019), <https://www.vox.com/2019/4/30/18100066/japan-shinzo-abe-sdf-emperor-china>.

⁷⁵ *Ibid.*

⁷⁶ *Ibid.*, hlm. 274

melakukan pertukaran-pertukaran, yang pada awalnya berfokus pada pertukaran budaya.⁷⁷

Tujuan Jepang yang ingin membentuk *image* sebagai negara demokrasi dan pasifis mendorong Jepang untuk semakin memperluas diplomasi publiknya. Oleh karena itu, diplomasi publik Jepang berkembang dengan membentuk relasi yang baik dengan komunitas-komunitas internasional untuk membentuk situasi yang baik dan sejahtera untuk diplomasi Jepang. Sehingga yang sebelumnya hanya berfokus pada pertukaran budaya, Jepang mulai melakukan pertukaran edukasi.⁷⁸

Target diplomasi publik Jepang setelah Perang Dunia II yang berubah-ubah menyesuaikan dengan kebutuhan dan agenda Jepang mempengaruhi status dan peran Jepang dalam dunia internasional. Dalam beberapa dekade setelah Perang Dunia II, dimana Jepang telah menjadi kekuatan ekonomi global, merubah tujuan Jepang yang pada awalnya ingin merubah *image* negara militer menjadi negara pasifis dan demokratis menjadi memperbaiki *image* sebagai “*economic aggressor*” dan “*economic animal*”.⁷⁹

Setelah itu, diplomasi publik Jepang baik dalam sektor swasta atau pun pemerintah memiliki dua obyekatif utama; (a) *intensifying intellectual and people-to-people exchanges to enhance mutual understanding with foreign countries (the exchange approach)*; dan (b) *promoting the Japanese brand and its cultural appeal (the branding approach)*.⁸⁰ Dari kedua obyekatif ini dapat dilihat bahwa

⁷⁷ Jan Melissen, *Understanding Diplomacy in East Asia: Middle Powers in a Troubled Region* (London: Palgrave Macmillan, 2015), hlm. 79

⁷⁸ *Ibid.*, hlm. 97

⁷⁹ *Ibid.*

⁸⁰ Jan Melissen, *Understanding Diplomacy in East Asia: Middle Powers in a Troubled Region* (London: Palgrave Macmillan, 2015), hlm. 81

Jepang ingin mengurangi keagresifannya dan mulai memprioritaskan budaya sebagai instrumen diplomasi publiknya.

Pada tahun 1950, pemerintah Jepang tidak dapat mencukupi anggaran untuk mempromosikan pertukaran budaya. Anggaran ini pada awalnya hanya dialokasikan untuk KBS yang pada awalnya untuk mempromosikan budaya Jepang. Hingga tahun 1951, John D. Rockefeller berkunjung ke Jepang dan melakukan pertemuan dengan tokoh-tokoh intelektual Jepang. Dalam pertemuan ini, terbentuk kesepakatan bahwa harus diadakan pertukaran budaya antara Jepang dan Amerika Serikat, sehingga terbentuklah *International House of Japan* pada Agustus 1952, dimana pembangunannya sedikit banyak dibiayai oleh Rockefeller Foundation.⁸¹

Awal dari pelaksanaan diplomasi publik Jepang berpusat pada Amerika Serikat. Pemusatan ini bukan tanpa alasan. Depedensi ekonomi dan keamanan nasional Jepang terhadap Amerika Serikat pasca perang dan peran Amerika Serikat dalam *San Fransisco Peace Treaty* membantu Jepang dalam memperbaiki ekonominya. Penandatanganan *San Fransisco Treaty* dilakukan pada tahun 1951, pada awal Perang Dingin dan pertengahan Perang Korea, dimana Cina dan Korea Selatan tidak menandatangani perjanjian ini. Hal ini mengurangi kesempatan Jepang untuk melakukan diplomasi publiknya kepada negara tetangganya yaitu Cina dan Korea Selatan, yang juga terkena dampak buruk dari militerisme Jepang.⁸²

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, Jepang memilih Amerika Serikat sebagai target diplomasi publiknya, kerja sama ini menjadi salah satu

⁸¹ *Ibid.*

⁸² *Ibid.*, hlm. 80

faktor pendorongnya. *International House of Japan* menjadi pusat sarana pertukaran edukasi dan budaya Jepang di Amerika Serikat yang mewadahi *top-rate* tokoh intelektual Amerika Serikat. Selain itu, yang menjadi faktor terpilihnya Amerika Serikat adalah hubungan yang belum stabil antara Jepang dan negara tetangganya, yakni Korea Selatan dan Cina yang menyebabkan Jepang belum memperluas diplomasi publiknya ke negara tetangga pada periode ini.⁸³

Pada periode ini, Jepang tidak menjalankan diplomasi publiknya secara masif, hal ini juga dikarenakan adanya keterbatasan anggaran. Kementerian Luar Negeri Jepang memprioritaskan budaya-budaya tradisional Jepang, seperti upacara pembuatan teh, perangkaian bunga, seni bela diri dan pendidikan Bahasa Jepang.⁸⁴ *International House of Japan* yang terbentuk pada tahun 1952 menjadi institusi pionir yang bergerak dalam bidang pertukaran pelajar dan budaya. Dibentuk untuk pertama kalinya antara Jepang dan Amerika Serikat dan berkembang ke negara Asia lainnya.

Sebagaimana kekuatan ekonomi dan status internasional Jepang mulai membaik, Jepang mulai melebarkan sayap diplomasinya dan diplomasi publiknya, dimana relasi diplomatik Jepang dengan negara tetangganya juga mulai kembali normal. Hubungan antara Jepang dengan Korea Selatan kembali normal pada tahun 1965 dan Cina pada tahun 1972. Pada periode ini juga *Summer Olympmpics* yang diadakan di Tokyo pada 1964 dan EXPO di Osaka menjadi symbol kembalinya Jepang dalam skema internasional sebagai negara dengan ekonomi,

⁸³ *Ibid*, hlm. 83

⁸⁴ *Ibid*, hlm. 82

sains dan teknologi yang kuat. Hal ini kembali merubah pandangan komunitas internasional akan Jepang.⁸⁵

Akhir dari Perang Vietnam pada 1973 menjadi celah untuk Jepang memberanikan diri untuk secara aktif berhubungan dengan wilayah Asia Tenggara, menjadikan negara-negara Asia menjadi target utama publik diplomasi Jepang. Berlanjut hingga terbentuknya *Japan Foundation* (JF) pada tahun 1972. Perdana menteri Jepang yang menjabat pada saat itu, Takeo Fukuda berinisiatif untuk mendirikan JF dengan tujuan yang sama, yaitu menyebarkan budaya Jepang, terkhusus di Amerika Serikat.

Amerika Serikat sebagai target utama diplomasi publik Jepang mulai bergeser karena adanya pertentangan dari masyarakat Bangkok dan Indonesia yang menyatakan mereka sebagai *anti-Japanese*. Pada saat Perdana Menteri Tanaka melakukan kunjungan ke Asia Tenggara pada tahun 1976, terjadi demonstrasi oleh masyarakat Indonesia dan Bangkok. Melihat adanya sentiment anti-Jepang ini, JF dibuka di Asia Tenggara, Timur Tengah, Eropa dan Cina.⁸⁶

Merespon akan sentimen ini juga, tahun 1975 menjadi tahun dimana Jepang menjadikan pertukaran budaya dan pendidikan/edukasi sebagai prioritas utama mereka.⁸⁷ Kementerian Luar Negeri Jepang memulai *Cultural Grant Aid Program* dan berkontribusi dalam pelestarian dan perbaikan warisan budaya di Asia Tenggara dengan memberikan 5 juta Yen kepada *ASEAN Cultural Fund*

⁸⁵ Tadashi Ogawa, *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (New York: Routledge, 2009), hlm. 274

⁸⁶ *Op. cit.*, hlm. 86

⁸⁷ GADJEVA Nadejda Petrova, *Japan's Public Diplomacy in Practice: The case of Bulgaria*, hlm. 187

yang dibentuk pada tahun 1987 untuk mempromosikan pertukaran budaya dalam ASEAN.⁸⁸

Di periode yang sama ini, ekonomi Jepang mengalami kemajuan dan menjadikan Jepang berada di posisi yang sangat baik di tingkat global. Hal ini mendorong Jepang untuk lebih berkontribusi dalam komunitas internasional, sehingga pada tahun 1984, Menteri Luar Negeri Jepang menetapkan *Department of Cultural Exchange*. Hal ini dilakukan sebagai respon menyebarnya ketertarikan masyarakat internasional terhadap bahasa Jepang. Pendidikan berbasis bahasa Jepang sedang dilakukan di 127 negara. Lebih dari 2,3 juta murid mempelajari studi Jepang. Dari tahun 1979 – 2003, jumlah murid yang mempelajari studi Jepang telah bertambah 18,5 kali.⁸⁹

Pada tahun 1987, program *Japan Exchange and Teaching* (JET) terbentuk. Program JET mengundang para remaja lulusan SMA maupun sarjana, untuk berpartisipasi dalam pertukaran pelajar dan bahasa di seluruh Jepang. Dibentuk atas persetujuan Kementerian Luar Negeri dan Kementerian Pendidikan Jepang, program ini menjadi salah satu program pertukaran yang paling besar di Jepang. Banyaknya partisipan dalam program ini memperkuat relasi baik antara partisipan dan pemerintah Jepang dengan pemerintah negara asal mereka.⁹⁰

Awal terbentuk, jumlah peserta program JET telah mencapai 5,500 yang berasal dari 44 negara. Hingga tahun 2009, kelompok alumni program JET atau yang disebut dengan *JET Alumni Assocation* memiliki 20,000 anggota. Program ini dimulai dengan tujuan untuk menyebarluaskan komunitas lokal Jepang dengan

⁸⁸ *Op. cit.*, hlm. 274

⁸⁹ *Ibid.*, hlm. 276

⁹⁰ Mark Leonard, *Public Diplomacy* (The Foreign Policy Centre, 2002) hlm. 21

meningkatkan kemampuan berbahasa asing dan membentuk keinginan generasi selanjutnya untuk menjadi pendukung Jepang.⁹¹

Dilanjut tahun 1990, diplomasi publik Jepang memasuki dimensi baru. Jepang mulai mendefinisikan ulang identitas budaya mereka dan menampilkan *image* “*not as a newcomer to developed nation’s club but as truly responsible and mature partner.*”⁹² Penampilan *image* baru ini dilandasi oleh tiga pilar dari *Takeshita’s International Cooperation Initiative* yaitu; (a) *cooperation for peace*; (b) *enhancement of ODA*; dan (c) *strengthening international cultural exchange*.⁹³ Inisiasi ini memenuhi kebutuhan diplomasi Jepang dalam merubah posisinya di komunitas internasional. Dengan ini, Jepang mempromosikan *post-modern culture* seperti anime, manga dan musik pop dan teknologi elektronik Jepang yang sudah cukup populer.⁹⁴

Melihat pentingnya masyarakat sipil sebagai target dalam melakukan diplomasinya, maka Jepang mulai menggunakan *soft power* sebagai instrumen diplomasi publiknya. *Diplomatic Blue Book* yang dirilis pada tahun 2015 oleh Menteri Luar Negeri Jepang memperkenalkan konsep *soft power* dan menegaskan popularitas dari tradisi dan budaya modern Jepang sebagai kekuatan diplomasi Jepang. Dengan kata lain, publik diplomasi Jepang setelah Perang Dunia II mulai menyadari pentingnya melakukan pertukaran dan pendekatan yang menguntungkan kedua pihak.⁹⁵

⁹¹ *Op. cit.*

⁹² Gadjeva Nadejda Petrova, *Japan’s Public Diplomacy in Practice: The case of Bulgaria*, hlm. 188

⁹³ Tadashi Ogawa, *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (New York: Routledge, 2009), hlm. 277

⁹⁴ *Ibid.*

⁹⁵ Jan Melissen, *Understanding Diplomacy in East Asia: Middle Powers in a Troubled Region* (London: Palgrave Macmillan, 2015), hlm. 92

Pada tahun 2004, diplomasi publik Jepang menggunakan strategi menyebarluaskan animasi-animasi ke seluruh dunia untuk mendorong minat masyarakat internasional terhadap bahasa dan budaya pop Jepang.⁹⁶ Kementerian Luar Negeri Jepang memegang peranan penting dalam pelaksanaan diplomasi publik Jepang, yaitu sebagai pihak yang bertanggungjawab atas kegiatan relasi publik yang mengikutsertakan masyarakat dan media internasional, juga kegiatan pertukaran budaya melalui 189 kedutaan besar dan kantor konsuler yang tersebar seluruh dunia. Di tahun ini, perubahan struktur dalam Kementerian Luar Negeri Jepang melahirkan divisi baru yang menaungi kegiatan relasi publik eksternal dan pertukaran budaya yaitu *Public Diplomacy Department* (PDD).⁹⁷

PDD memiliki beberapa fungsi, yakni;

(a) *implementing international agreements to promote cultural exchange*; (b) *cooperating with international cultural organizations*; dan (c) *introducing Japanese culture abroad and promoting cultural exchange with foreign countries as well as supervising the Japan Foundation*.⁹⁸

Terbentuknya PDD pada Agustus 2004 menetapkan perbedaan divisi antara Kementerian Luar Negeri Jepang dengan *Japan Foundation*. Dengan ini, Kementerian Luar Negeri Jepang bertanggung jawab atas perencanaan strategi dan kebijakan yang bersifat jangka panjang dan *Japan Foundation* mengimplementasikan kebijakan tersebut.⁹⁹

Pada tahun 2012, Jepang menginisiasikan *Cool Japan* yang dijalankan oleh Kementerian Ekonomi dan Perdagangan Jepang atau METI (*Ministry of Economy, Trade and Industry*). Dalam diplomasi publik ini, Jepang mengekspor

⁹⁶ *Op. cit.*, hlm. 189

⁹⁷ *Ibid.*, hlm. 270

⁹⁸ Petrova, *op.cit.*, hlm. 188

⁹⁹ *Ibid.*

anime, manga, musik-musik pop Jepang. Cool Japan sendiri terinspirasi dari diplomasi publik milik Inggris yaitu *Cool Britannia*. Akan tetapi, karena adanya permasalahan internal terkait finansial dan juga beberapa halangan dengan para seniman, inisiasi ini dianggap gagal.¹⁰⁰ Hingga akhirnya pada tahun 2015, mulai diperkenalkan inisiasi baru dalam diplomasi publik Jepang yaitu *Japan House*.

4.2 Institusi-Institusi Diplomasi Publik Jepang

4.2.1 *International House of Japan*

Institusi pertama dalam kegiatan diplomasi publik Jepang adalah *International House of Japan, Inc. (IHJ)* yang ditetapkan pada 27 Agustus 1952, sebagai hasil dari pertemuan antara John D. Rockefeller III dan Matsumoto Shigeharu pada pertemuan *Institute of Pacific Relations* di Kyoto.¹⁰¹ Rockefeller merupakan seorang filantropis asal Amerika Serikat yang telah mengadakan berbagai kegiatan amal dan sebagai pemimpin dari *Rockefeller Foundation*.¹⁰² Melalui bantuan dari *Rockefeller Foundation*, IHJ terbentuk dan dipimpin oleh Matsumoto Shigeharu.

Terletak di Tokyo, IHJ menyediakan berbagai fasilitas seperti hotel, restoran dan kafe. Terdapat beberapa program dan aktivitas yang diadakan dalam IHJ, seperti simposium, kuliah tamu dan acara seni. Penulis melihat IHJ di sini hanyalah sebagai tempat untuk mengadakan program-program ini, tidak jarang, IHJ digunakan untuk pertemuan antara pemerintah Jepang dengan negara lain.

¹⁰⁰ *Ibid.*

¹⁰¹ "History of I-House: IHJ," 日本語, diakses pada 15 Desember, 2019, <https://www.i-house.or.jp/eng/history/index.html>

¹⁰² Encyclopaedia Britannica, "John D. Rockefeller III," Encyclopædia Britannica (Encyclopædia Britannica, inc., July 8, 2019), diakses pada 15 Desember 2019, <https://www.britannica.com/biography/John-D-Rockefeller-III>

Seperti yang diadakan pada Maret 2013, yaitu pertemuan antara Jepang dan Singapura. Pertemuan ini diadakan di IHJ untuk membicarakan *Abenomics*.¹⁰³

Kini, IHJ merupakan sebuah organisasi swasta non-profit yang bergerak untuk mempromosikan pertukaran budaya dan kerja sama antara masyarakat Jepang dengan negara lain. Dimulai dari 1 April 2012, IHJ menerima wewenang dari Perdana Menteri untuk menjadi *Public Interest Incorporated Foundation*.¹⁰⁴ Meski pun pada awalnya IHJ menjadi salah satu diplomasi publik Jepang ke Amerika Serikat, penulis melihat bahwa IHJ sekarang tidak dapat dikategorikan sebagai instrumen diplomasi publik Jepang.

Pada dasarnya, publik diplomasi berbicara tentang komunikasi secara langsung dengan masyarakat asing/luar negeri dengan tujuan untuk mempengaruhi pemahaman mereka terhadap negara kita sendiri.¹⁰⁵ Selain itu, diplomasi publik juga merupakan proses yang dilakukan pemerintah suatu negara untuk mengkomunikasikan nilai, budaya, kebijakan dan tujuan negara kepada publik negara lain dengan tujuan meningkatkan pemahaman mereka.¹⁰⁶ Penulis melihat apabila hanya menjadi sarana pertemuan, IHJ tidak dapat dikategorikan sebagai diplomasi publik Jepang.

4.2.2 Japan Foundation

Institusi kedua yang akan penulis bahas adalah *Japan Foundation* (JF). JF memiliki tiga objektif, yakni; (a) *people-to-people exchange*; (b) *promotion of*

¹⁰³ "The 9th Japan-Singapore Symposium," Ministry of Foreign Affairs of Japan, diakses pada 15 Desember, 2019, https://www.mofa.go.jp/region/page3e_000004.html

¹⁰⁴ "About I-House: IHJ," 日本語, diakses pada 15 Desember, 2019, <https://www.i-house.or.jp/eng/about/index.html>

¹⁰⁵ Malone dalam A. Safril Mubah, "Japanese Public Diplomacy in Indonesia: The Role of Japanese Agencies in Academic Exchange Programs between Japan and Indonesia," *Jurnal Global & Strategis* 13, no. 1 (Agustus 2019): hlm. 40, <https://doi.org/10.20473/jgs.13.1.2019.37-50>

¹⁰⁶ Hans Tuch dalam A. Safril Mubah, hlm. 40.

Japan studies and Japanese-language-education overseas; dan (c) *various activities of cultural exchange*.¹⁰⁷ *Japan Foundation* sendiri menjadi langkah besar dalam diplomasi publik Jepang, karena dalam *Japan Foundation* terdapat beragam program yang mempromosikan Bahasa Jepang dan program studi Jepang, konser, pameran, pemutaran film dan televisi Jepang dan publikasi.¹⁰⁸

Adapun tujuan utama *Japan Foundation* adalah;

*“To contribute to a better international environment, and to the maintenance and development of harmonious foreign relationships with Japan, through deepening other nations’ understanding of Japan, promoting better mutual understanding among nations, encouraging friendship and goodwill among the peoples of the world, and contributing to the world in culture and other fields through the efficient and comprehensive implementation of international culture exchange activities.”*¹⁰⁹

Ambisi untuk memberikan pengertian lebih mengenai Jepang kepada negara-negara lain, menjalin relasi baik dengan dunia dan berkontribusi dalam aktivitas pertukaran budaya menjadikan *Japan Foundation* sebagai pionir diplomasi publik Jepang. Tujuan-tujuan ini merepresentasikan tujuan Kementerian Luar Negeri Jepang dalam menjalankan diplomasi publik Jepang yang sedikit banyak berfokus pada pertukaran budaya.

Sejak awal pembuatannya, *Japan Foundation* dikelola oleh staff tersendiri untuk menjalankan agenda politik dengan dukungan finansial dari pemerintah sebagai sebuah institusi yang kredibel. Aktivitas-aktivitas yang dibuat oleh *Japan Foundation* mulai berkembang, dari pertukaran pelajar, studi mengenai Jepang, pertukaran budaya hingga produksi media. Akan tetapi, dengan semakin

¹⁰⁷ *Ibid*, hlm. 85

¹⁰⁸ GADJEVA Nadejda Petrova, *Japan’s Public Diplomacy in Practice: The case of Bulgaria*, hlm. 186

¹⁰⁹ *Ibid.*, hlm. 272

berkembangnya *Japan Foundation* menjadi tantangan bagi Kementerian Luar Negeri Jepang. Munculnya ketakutan dari Kementerian Luar Negeri Jepang akan kemungkinan untuk *Japan Foundation* menjadi kompetitor dalam membentuk kebijakan luar negeri.¹¹⁰

Hal ini membuat adanya pertentangan terhadap pembentukan *Japan Foundation*. Akan tetapi, ketakutan dari Kementerian Luar Negeri Jepang ini hilang karena adanya paham bahwa pertukaran budaya dapat menjadi instrumen tambahan dalam kebijakan luar negeri Jepang dengan meningkatkan pemahaman akan budaya yang dapat membantu mengurangi ketegangan antara Jepang dengan negara lain.¹¹¹

Japan Foundation berpusat di Tokyo dan hingga kini memiliki 25 cabang yang tersebar di 24 negara. Ketika *Japan Foundation* ditetapkan, parlemen Jepang memberikan kebebasan untuk *Japan Foundation* untuk mengatur pendapatan untuk menstabilkan keuangan mereka. *Japan Foundation* sebagai organisasi yang melaksanakan tujuan-tujuan diplomasi publik Kementerian Luar Negeri Jepang, merencanakan dan mengorganisir program-program untuk mendukung individu dan institusi yang memiliki visi serupa. Bekerja bersama dengan Kementerian Luar Negeri Jepang, *Japan Foundation* bekerja di tingkat tertentu dalam pemerintah untuk menjembatani pemerintah dengan sektor swasta dan publik.¹¹²

Japan Foundation terbentuk dibawah *Cultural Division* oleh Kementerian Luar Negeri Jepang. Dalam *Japan Foundation Law*, menteri luar negeri mempunyai otoritas untuk menunjuk presiden *Japan Foundation*. Program yang

¹¹⁰ Utpal Vyas, *Soft Power in Japan-China Relations: State, Sub-State and Non-State Relations* (London: Routledge, 2013), hlm. 80

¹¹¹ *Ibid.*

¹¹² *Op. cit.*, hlm. 274

terkandung dalam *Japan Foundation* antara lain program-program yang meliputi pertukaran informasi antara akademisi dan tokoh budaya, mempromosikan bahasa dan studi Jepang, konser, pameran dan film/acara TV Jepang.

Awala tahun 2000, *Japan Foundation* mengalami perubahan administratif yang mengakibatkan perubahan status yang dari awal terbentuknya sebagai ‘*special agency*’ milik Kementerian Luar Negeri Jepang hingga menjadi ‘*independent administrative corporation*’.¹¹³ Sejak Oktober 2003, *Japan Foundation* secara resmi menjadi institusi independen yang dibiayai secara tahunan oleh subsidi pemerintah, investasi dan donasi dari berbagai sektor swasta.¹¹⁴

Alasan dari perubahan status ini bukan semata keinginan *Japan Foundation* untuk menjadi institusi independen, melainkan untuk meningkatkan efisiensi administratif dan membuka peluang untuk mendapatkan dana dari luar pemerintah. Perubahan ini tidak menjauhkan *Japan Foundation* dari badan pemerintah Jepang, karena hingga sekarang, *Japan Foundation* pun masih bekerja dengan Kementerian Luar Negeri Jepang khususnya mengkoordinasikan program mereka dengan kebijakan luar negeri Jepang.¹¹⁵

4.2.3 *Japan Exchange and Teaching (JET) Programme*

Selanjutnya terdapat program JET yang merupakan hasil dari kerja sama beberapa kementerian dalam Pemerintah Jepang, yaitu *Ministry of Foreign Affairs* (MOFA), *Ministry of Internal Affairs and Communications* (MIC), *Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology* (MEXT), dan *Council of*

¹¹³ Utpal Vyas, *op.cit.*, hlm. 83

¹¹⁴ The Japan Foundation – About Us, diakses pada 4 September 2019, <https://www.jpf.go.jp/e/about/>

¹¹⁵ *Op. cit.*

Local Authorities for International Relations (CLAIR).¹¹⁶ Walau belum terbentuk sebagai sebuah institusi, penulis melihat bahwa program JET merupakan salah satu diplomasi publik terbesar Jepang dan terorganisir.

Program ini mengundang para remaja di seluruh dunia untuk mengajar di sekolah-sekolah di Jepang. Mereka secara bebas diperbolehkan untuk mengajar bidang apa pun, baik bahasa mau pun olahraga. Selain itu, peserta diperbolehkan untuk bekerja di pemerintahan dan organisasi lokal untuk mempromosikan pertukaran internasional di komunitas lokal. Dengan pengalaman para peserta ini, mereka dapat menceritakan kembali pengalaman mereka ke masyarakat negara asal mereka. Sehingga mereka memainkan peran aktif sebagai kelompok pro-Jepang dan sebagai jembatan antara Jepang dan negara asal mereka.¹¹⁷

Terdapat tiga jenis pekerjaan yang dapat dilakukan oleh para peserta JET, yaitu *Assistant Language Teacher (ALT)*, *Coordinator for International Relations (CIR)* dan *Sports Exchange Advisor (SEA)*. Sebagai ALT, peserta mengajar bahasa asing atau bahasa mereka sendiri untuk murid SD, SMP dan SMA. CIR merupakan penerjemah dan *interpret* dalam kegiatan-kegiatan pertukaran internasional. Untuk peran terakhir yaitu SEA, peserta akan menjadi instruktur olahraga di pemerintahan lokal.¹¹⁸

Ada pun asosiasi yang dibentuk oleh para alumni program JET ini. Asosiasi ini dinamakan *JET Programme Alumni Association (JETAA)*. JETAA dibentuk oleh para mantan peserta program JET yang sudah dinyatakan lulus dan kembali ke negara mereka masing-masing. Terhitung hingga Desember 2018,

¹¹⁶ “Youth Exchange: JET Programme,” Ministry of Foreign Affairs of Japan, diakses pada 15 Desember, 2019, <https://www.mofa.go.jp/policy/culture/people/youth/jet/index.html>

¹¹⁷ *Ibid.*

¹¹⁸ *Ibid.*

JETAA sudah memiliki 52 cabang di seluruh dunia dengan jumlah 23.000 anggota.¹¹⁹ Anggota-anggota ini terikat dengan berbagai macam kegiatan *grassroots* yang mempromosikan relasi baik antara Jepang dan negara asal mereka, juga membantu penyebaran informasi mengenai program JET itu sendiri.¹²⁰

4.2.4 Japan House

Jepang merupakan salah satu negara dengan kekayaan dan keragaman budaya yang cukup dikenal oleh dunia. Budaya dan tradisi yang dimiliki Jepang terikat dengan nilai-nilai spiritual yang telah lekat dengan masyarakatnya. Kementerian Luar Negeri Jepang menilai nilai-nilai budaya ini dapat menjadi instrumen yang kuat dalam diplomasi Jepang yang dapat memberikan Jepang peran yang lebih besar dalam komunitas internasional. Hal ini mendasari upaya Jepang untuk menyebarluaskan nilai-nilai yang dimilikinya dengan membentuk *Japan House* sebagai diplomasi publik mereka.

Dalam *Diplomatic Blue Book 2018*, dijelaskan bahwa terdapat beberapa poin dalam upaya komunikasi strategis Kementerian Luar Negeri Jepang, salah satu poin tersebut adalah *sharing Japan's rich and varied attractiveness*, yaitu upaya untuk menyebarluaskan berbagai daya tarik yang Jepang miliki. Berlandaskan oleh poin ini, Kementerian Luar Negeri Jepang menginisiasikan *Japan House* sebagai diplomasi publik terbaru mereka yang dibangun di tiga negara, Amerika Serikat, Inggris dan Brazil.¹²¹

Untuk mencapai tujuan ini, pembentukan *Japan House* dilandasi oleh tiga aspek penting, yaitu;

¹¹⁹ *Ibid.*

¹²⁰ *Ibid.*

¹²¹ *Diplomatic Blue Book 2018*, hlm. 344

(1) *providing information on the diverse attractiveness of Japan through “All-Japan” efforts by the Government, private sectors and local governments;* (2) *promoting outreach that reflects the needs of local communities, utilizing the expertise of experts from both inside and outside Japan;* dan (3) *providing a “one-stop-service” where all information related to Japan can be obtained.*¹²²

Aspek-aspek dalam membentuk *Japan House* adalah untuk membentuk suatu pusat informasi yang menyediakan informasi mengenai berbagai daya tarik dari Jepang, menyediakan wadah untuk memenuhi kebutuhan dari komunitas lokal dengan mendatangkan pakar dari berbagai bidang baik dari Jepang maupun luar Jepang dan menyediakan *one-stop-service* dimana semua informasi mengenai Jepang dapat diakses oleh masyarakat. Aspek-aspek ini pun tereksekusi dengan baik dengan membentuk *Japan House* dengan mengadakan pameran, seminar, kuliah tamu, *workshop* hingga menyediakan perpustakaan yang dapat diakses secara gratis.

4.3 Diplomasi Publik *Japan House São Paulo*

Brazil merupakan negara dengan jumlah *Nikkei* (diaspora Jepang) terbanyak yang menetap di luar Jepang. Hingga 2017, jumlah *Nikkei* di Brazil terhitung sudah mencapai 1,9 juta. Brazil pun memiliki hubungan bilateral yang kuat dengan Jepang sebagai *Strategic Global Partnership* yang berbagi nilai fundamental dan kerja sama di berbagai bidang. Meskipun Jepang sempat melewati perkembangan ekonomi yang buruk di tahun 2015 dan 2016, perusahaan-perusahaan Jepang tetap memiliki kepercayaan pada pasar Brazil. Hal

¹²² *Ibid.*, hlm. 345

ini terbukti dengan partisipasi dari kurang lebih 130 orang dalam pertemuan *Japan-Brazil Economic Cooperation Commitees* pada Agustus 2017.¹²³

Jepang dan Brazil sudah memiliki ikatan diplomatik sejak akhir abad ke-19. Hubungan bilateral antara kedua negara ini kini didasari dengan kegiatan ekspor-import. Brazil merupakan eksporter produk-produk mentah seperti kopi, jagung, hingga daging ke Jepang dan Jepang menjual teknologi-teknologi atau barang-barang *high-tech* ke Brazil.¹²⁴

Dalam tur Amerika Latin yang dilakukan Shinzo Abe pada tahun 2014, pemerintah Jepang menandatangani perjanjian kerja sama antara kedua negara di berbagai industri. Salah satunya, yaitu Jepang menyetujui untuk membantu Brazil dalam pembangunan kereta bawah tanah khususnya di kota Sao Paulo.¹²⁵ Dalam pertemuan ini, Dilma Rousseff, sebagai presiden Brazil yang menjabat mengatakan bahwa Brazil dan Jepang akan meneruskan dan memperkuat hubungan diplomatik dimana Brazil akan tetap pada posisinya untuk mengekspor produk dasar. Abe melihat bahwa pasar di Brazil penuh dengan peluang investasi untuk perusahaan Jepang.¹²⁶

Pada November 2019, Jepang dan Brazil merayakan 60 tahun Jepang memberikan *Official Development Assistance* (ODA) kepada Brazil. Jepang telah

¹²³ *Ibid.*, hlm. 120

¹²⁴ Dawisson Lopes, "Japan-Brazil Cooperation: Flawed by Design?" *The Diplomat*, 10 May 2017, diakses pada 15 Januari 2020, <https://thediplomat.com/2017/05/japan-brazil-cooperation-flawed-by-design/> <https://thediplomat.com/2017/05/japan-brazil-cooperation-flawed-by-design/>

¹²⁵ Clint Richards, "Abe Wraps Up Latin America Tour," – *The Diplomat*, 4 Agustus, 2014, diakses pada 16 Januari 2020 <https://thediplomat.com/2014/08/abe-wraps-up-latin-america-tour/>

¹²⁶ Wilson, "Brazil and Japan to Become Closer Diplomatic and Business Partners," *Agência Brasil*, 2 Agustus 2014, diakses pada 16 Januari 2020, <http://agenciabrasil.ebc.com.br/en/internacional/noticia/2014-08/brazil-japan-strengthen-diplomatic-and-business-ties>

memberikan bantuan dana sebanyak 440 Juta Yen kepada negara Amerika Latin. Dana ini diberikan untuk pertanian, pabrik besi hingga pemeliharaan hutan Amazon. Di tahun yang sama, JICA juga membantu peningkatan pengamanannya di beberapa kota khususnya Sao Paulo.¹²⁷

Kementerian Luar Negeri Jepang memilih Brazil sebagai salah satu negara tujuan dibentuknya *Japan House*, yaitu di kota Sao Paulo, dimana mayoritas masyarakat Jepang yang tinggal di Brazil menetap di kota ini. Pembangunan *Japan House* di Sao Paulo merupakan karya dari salah satu desainer asal Jepang yaitu Kenya Hara, yang juga menjabat menjadi *Chief Creative Director of Japan House*. Hara mengungkapkan bahwa hingga sekarang, fasilitas dan acara-acara yang memperkenalkan budaya Jepang menggunakan atribut seperti kimono dan ukiran *ukiyo-e* yang sangat menarik perhatian dan orang-orang yang melihatnya sangat kagum karena kedua atribut ini sangatlah eksotis.¹²⁸

Selain Kenya Hara, pembuatan *Japan House São Paulo* (JHSP) juga dibantu oleh arsitek terkenal Jepang, yaitu Kengo Kuma. Hasil kerja Kengo Kuma bukan hanya terkenal di Jepang, melainkan di beberapa negara lain seperti Cina, Prancis, Switzerland, Itali dan Inggris. Pada tahun 2015, Kuma bekerja dalam sebuah proyek yaitu pembentukan *Japan National Stadium* yang menjadi tempat penyelenggaraan *Tokyo Olympics* di tahun 2020 mendatang.¹²⁹

Meski pun JHSP dibawahahi oleh Kementerian Luar Negeri Jepang, seluruh kegiatan dan acara yang diselenggarakan oleh JHSP diatur oleh struktur organisasi

¹²⁷ "Ceremony Marks 60th Anniversary of Japan's Development Assistance to Brazil," The Japan Times, diakses pada 11 Januari, 2020, <https://www.japantimes.co.jp/news/2019/11/05/national/60-years-japan-oda-brazil/#.XiS7LS2B1QI>

¹²⁸ *Ibid.*

¹²⁹ "O Projeto," JAPAN HOUSE (São Paulo), diakses pada 10 September 2019, <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/what/index.html>

di dalamnya. Terdapat beberapa koordinator dalam JHSP, yaitu Kenya Hara sebagai *Honorary Advisor*, Kengo Kuma sebagai arsitek, Rubens Ricupero yang merupakan salah satu diplomat dari Brazil sebagai *Honorary President*, Marcelo Araujo sebagai *President*, Carlos Roza sebagai *Vice President*, Natasha B. Geenen sebagai *Cultural Director*, Cláudio Kurita sebagai *Director of Operations and Events* dan Ricardo Ferraz sebagai *Finance Director*.¹³⁰

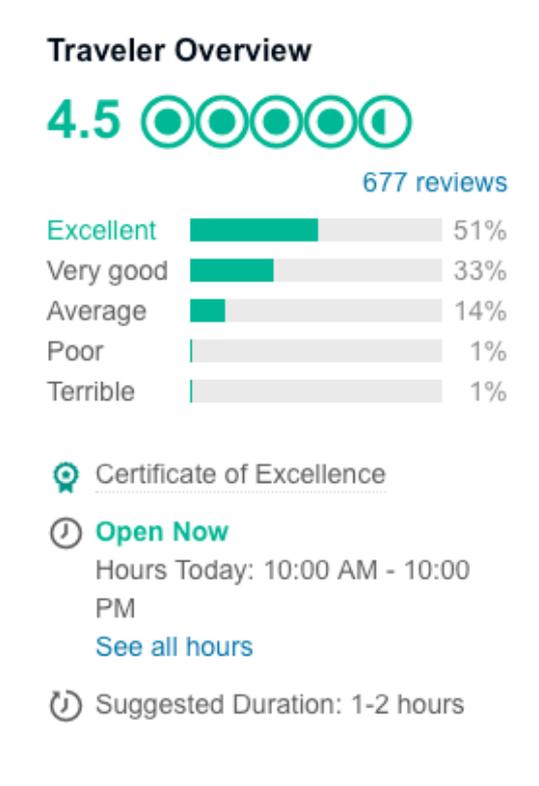
Para koordinator ini memegang tanggung jawab untuk berjalannya JHSP. Tidak jarang, mereka menjadi pembicara dalam acara yang diselenggarakan oleh JHSP. Di bawah mereka pun masih terdapat banyak orang-orang yang bekerja untuk memastikan JHSP berjalan dengan baik. JHSP merupakan *Japan House* yang pertama kali dibangun dan dibuka.

Sejak delapan bulan dari pembukaannya pada bulan April tahun 2017, JHSP sudah dikunjungi lebih dari 550.000 pengunjung dan mencapai angka satu juta di tahun 2019.¹³¹ Hal ini menjadikan JHSP sebagai tempat kunjungan wisata. Dilansir dari halaman *TripAdvisor*, salah satu halaman web penyedia informasi mengenai kunjungan wisata, JHSP telah mendapatkan tinjauan sebanyak 677 komentar dan mendapatkan penilaian 4,5 dari 5.

¹³⁰ *Ibid.*

¹³¹ Diplomatic Blue Book 2018, hlm. 347

Gambar 2. Penilaian JHSP oleh Pengunjung melalui *TripAdvisor*



Sumber: www.tripadvisor.com

Dalam penilaian tersebut, dapat dilihat JHSP dinilai baik atau *excellent* oleh mayoritas pengunjung. Salah satu tinjauan oleh pengguna *TripAdvisor* dengan nama Yota7 mengatakan “*I really enjoyed this. I love Japan and the culture and this was a nice calm oasis to get away from the chaos of Sao Paulo. Friendly staff, clean and tranquil. Free to visit.*”¹³² Pengguna ini mengatakan bahwa ia sangat menikmati berkunjung ke JHSP. Sebagai salah satu penyuka budaya Jepang, pengunjung ini mengatakan dengan berkujung ke JHSP, ia bisa merasakan ketenangan dari riuhnya suasana kota Sao Paulo. Lalu, pengunjung ini juga menikmati internet dan kunjungan secara gratis.

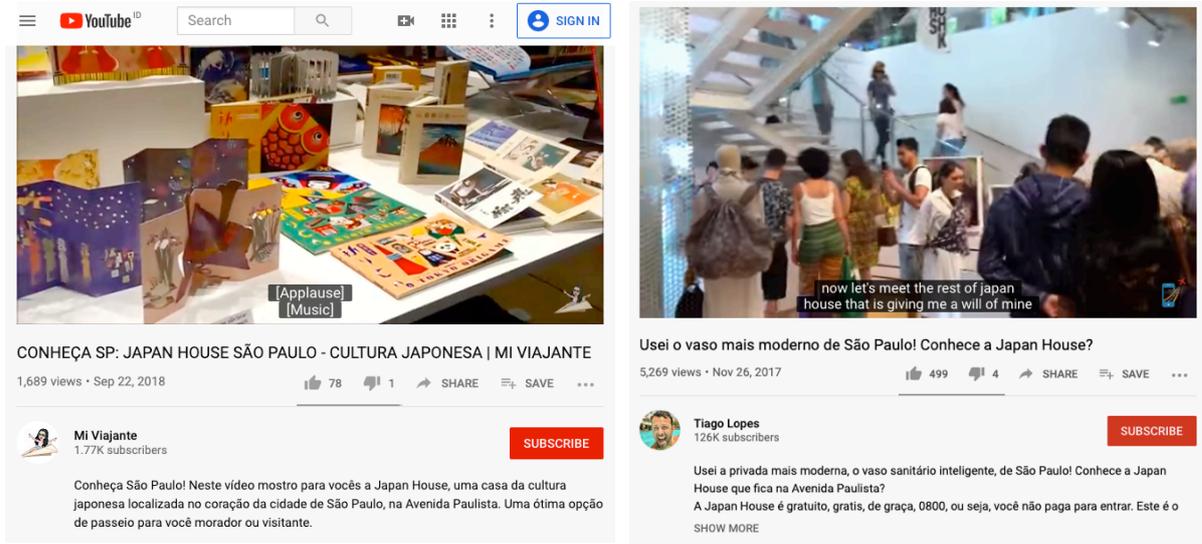
¹³² Japan House São Paulo – 2019 All You Need to Know Before You Go,” *TripAdvisor*, diakses pada 12 September 2019 https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g303631-d12448544-Reviews-Japan_House_Sao_Paulo-Sao_Paulo_State_of_Sao_Paulo.html#REVIEWS

Dari ulasan-ulasan para pengunjung ini, penulis melihat banyak diantaranya menikmati sisi artistik dan rekreasional dari JHSP. Para pengunjung yang memberikan ulasan sangat menikmati suasana, desain interior serta pameran-pameran seni yang disediakan oleh JHSP. Banyak dari ulasan ini menilai tentang makanan yang dihidangkan di restoran, pertunjukan seni yang indah hingga bagaimana para pengunjung dapat merasakan mengunjungi Jepang secara langsung melalui JHSP.

Penulis melihat letak JHSP yang terletak di pusat budaya Brazil, dimana hal ini memungkinkan menjadikan JHSP sebagai destinasi wisata dan aspek-aspek budaya dan seni yang menarik perhatian pengunjung untuk berkunjung ke JHSP. Penulis tidak menemukan adanya ulasan yang melihat dari sisi politik. Ada pun penulis menemukan beberapa *vlog* atau *video blog* di *youtube* yang dimana pembuat *vlog* tersebut mengunjungi JHSP.

Dalam kunjungan ini, para *vlogger* merekam segala sudut dalam JHSP, mulai dari memasuki hingga saat keluar dari JHSP. Mereka menjelaskan apa saja yang dapat dilihat dan dilakukan dalam JHSP. Dalam *vlog*-nya, mereka menggunakan bahasa Portugis. Dari video ini, penulis melihat banyak dari pengunjung JHSP adalah penduduk lokal dan juga orang Jepang yang bahkan saling menggunakan bahasa Jepang saat berkomunikasi. Penulis melihat adanya kemungkinan JHSP menjadi tempat untuk para komunitas Nikkei berkumpul.

Gambar 3. Vlog Pengunjung Mengenai JHSP



Sumber: www.youtube.com

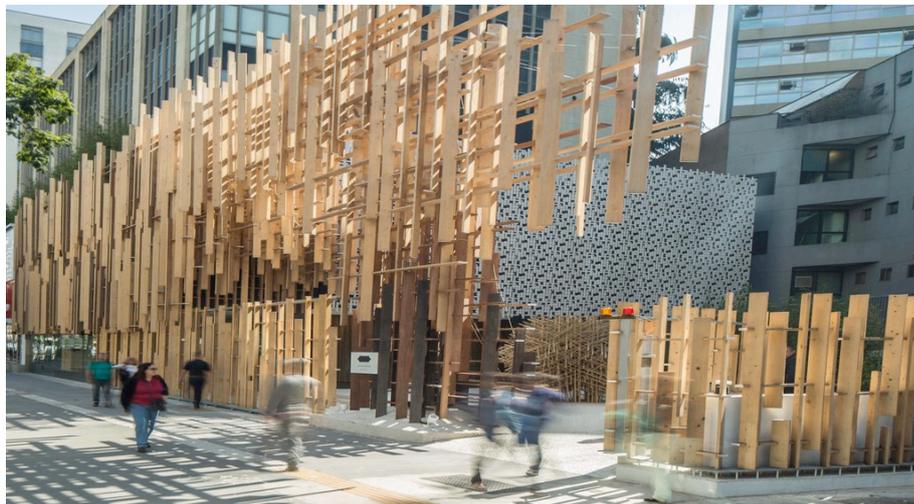
Kedua *vlogger* ini memiliki jumlah *subscriber* yang cukup berbeda. Akun pertama, yaitu Mi Viajante memiliki 1,77 ribu *subscribers* dan akun kedua, yaitu Tiago Lopes, memiliki 126 ribu *subscribers*. Penulis melihat, *vlog* yang dibuat oleh Tiago Lopes menggunakan sedikit unsur komedi dimana ia menjelaskan bahwa ini merupakan kali pertama ia menggunakan toilet modern Jepang. Sedangkan untuk Mi Viajante, ia menjelaskan mengenai budaya Jepang melalui pameran-pameran yang ia lihat. Dapat dilihat terdapat dua cara yang cukup berbeda dalam menarik pengunjung.

Seperti ulasan yang penulis temukan, penulis juga tidak menemukan adanya penjelasan mengenai nilai-nilai politis dengan terbentuknya JHSP di Brazil dalam kedua video ini. Kedua *vlog* ini lebih menonjolkan unsur budaya dan teknologi yang dipamerkan JHSP. Penulis melihat, bahwa JHSP menarik pengunjung dengan menampilkan seni dan teknologi.

Lokasi yang dipilih untuk JHSP adalah Jalan Paulista, dimana lokasi ini dikenal sebagai pusat kebudayaan. Di lokasi ini, terdapat banyak institusi

kebudayaan lainnya. Lokasi ini dinilai strategis karena juga menjadi tujuan wisata turisme di Brazil. ¹³³ Tampilan eksterior JHSP terkesan unik dan menarik perhatian. Di desain oleh Kengo Kuma, bangunan JHSP memiliki dua tampilan bagian depan yang berbeda, memadukan arsitektur Jepang dan Brazil. Bagian pertama menampilkan kayu *hinoki* yang memberikan tampilan tradisional Jepang, sedangkan bagian lain menampilkan arsitektur modern Brazil dengan menggunakan kayu *cobogós*.¹³⁴

Gambar 4. Bagian Depan JHSP



Sumber: theculturetrip.com

JHSP mengembangkan pameran-pameran dengan berbagai macam tema dengan menggunakan aspek-aspek arsitektur, teknologi, kuliner, fashion, seni dan lain sebagainya. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, JSHP menyediakan restoran, perpustakaan, kafe dan toko yang menjual pernak-pernik asli Jepang. Selain itu, JHSP juga secara rutin mengadakan acara-acara seperti seminar,

¹³³ Euan Marshall, "Japan House: The Brazilian Museum Everyone's Talking About," Culture Trip, 19 Oktober 2017, diakses pada 12 September 2019, <https://theculturetrip.com/south-america/brazil/articles/japan-house-the-brazilian-museum-everyones-talking-about/>.

¹³⁴ *Ibid.*

pameran, *workshop*, kuliah tamu, penayangan film-film seperti anime, hingga festival. Sebagai contoh, JHSP menyediakan *pop-up store* MUJI, salah satu perusahaan pakaian hingga peralatan rumah tangga yang sebelumnya belum ada di Brazil. Toko MUJI ini hanya buka untuk sementara waktu di JHSP.¹³⁵

Umumnya, acara dan kegiatan yang diorganisir oleh *Japan House* juga berdasarkan proposal dari publik. Proposal-proposal ini nantinya akan diseleksi oleh pemerintah Jepang dan akan dibagi di ketiga *Japan House*. Dengan kegiatan ini, *Japan House* akan mencoba untuk mempresentasikan jawaban dari pertanyaan mendasar yaitu “*What is Japan?*” dari berbagai perspektif, dengan tujuan mewadahi masyarakat internasional untuk mengetahui lebih dalam tentang daya tarik Jepang.¹³⁶ Dengan ini, upaya pemerintah Jepang untuk menyebarluaskan pengetahuan akan Jepang secara lebih mendalam kepada publik di negara lain dapat tersalurkan melalui *Japan House*.

¹³⁵ Diplomatic Blue Book 2019, hlm. 292

¹³⁶ *Ibid.*

BAB V

DIMENSI DIPLOMASI PUBLIK DALAM PELAKSANAAN DIPLOMASI PUBLIK JEPANG TERHADAP BRAZIL MELALUI *JAPAN HOUSE SAO PAULO*

Pada dasarnya, konsep pembentukan *Japan House Sao Paulo* (JHSP) sudah diinformasikan melalui *Diplomatic Blue Book* (DPP) tahun 2016. Dalam DPP 2016 yang terkhusus pada bagian *Efforts to Promote Understanding of and Trust in Japan*, tertulis adanya rencana untuk membangun *Japan House* di London, Los Angeles dan Sao Paulo dan rencana pembukaan dijadwalkan tahun 2017. Akan tetapi, dalam penelitian ini penulis akan berfokus pada operasionalisasi konsep yang penulis gunakan terhadap diplomasi publik *Japan House* di Brazil. Dengan ini, penulis akan melihat dengan sudut pandang setelah JHSP sudah resmi dibuka.

5.1 News Management

5.1.1 Pemberitaan dan Publikasi tentang Jepang

Pada tahun 2017, ketika Jepang menjadi anggota tidak tetap Dewan Keamanan PBB dari tahun 2016, media internasional tertarik untuk membahas tentang kebijakan luar negeri Jepang termasuk respon dari Jepang terhadap isu-isu ekonomi, keamanan dan sosial Korea Utara. Melihat ketertarikan dari media internasional terhadap Jepang, Kementerian Luar Negeri Jepang secara aktif menyediakan informasi dan menawarkan bantuan untuk para pres media internasional. Hal ini dilakukan untuk mempermudah para pres untuk mendapatkan informasi. Selain itu, melalui penyediaan informasi ini, Jepang juga

ingin mendapatkan dukungan dari komunitas internasional mengenai posisi Jepang.¹³⁷

Penyediaan dan pemberian informasi ini dilakukan Kementerian Luar Negeri Jepang melalui konferensi pers, seperti yang diadakan oleh Menteri Luar Negeri Taro Kono. Kementerian Luar Negeri Jepang mengatur waktu untuk kegiatan wawancara, konferensi pers dan mengeluarkan artikel untuk para media internasional. Kegiatan-kegiatan ini sering dilakukan oleh Perdana Menteri Kono selama visitasi yang beliau lakukan ke berbagai negara. Kementerian Luar Negeri Jepang mengundang 78 jurnalis dan enam enam tim televisi dari luar negeri yang tidak ada koresponden di Jepang. Seperti tujuannya, hal ini dilakukan untuk meningkatkan pengertian akan Jepang juga kebijakan luar negeri prioritas.¹³⁸

Sebagai contoh, Menteri Luar Negeri Jepang tahun 2017, Fumio Kishida mengunjungi Kumamoto untuk kegiatan *Local to Global*. Dalam kunjungan ini, dihadirkan 11 jurnalis dari lima negara berbedad di Asia dan enam negara dari Eropa. Para jurnalis ini diundang ke Jepang dan Kementerian Luar Negeri Jepang menyediakan informasi mengenai situasi terkini tentang rekonstruksi kota Kumamoto terkait gempa bumi yang baru terjadi. Sebagai hasil, beberapa artikel telah terpublikasi di beberapa negara.

Mengambil contoh lain, pada suatu kesempatan, Perdana Menteri Shinzo Abe melakukan kunjungan ke negara-negara Asia Tenggara. Shinzo Abe menginformasikan posisi Jepang dalam relasi bilateral dengan tiap negara Asia Tenggara, termasuk perluasan wilayah dagang, investasi dan kerja sama keamanan maritime dengan Filipina, Vietnam dan Indonesia. Ketika Presiden

¹³⁷ Diplomatic Blue Book 2018, hlm. 346

¹³⁸ *Ibid.*

Amerika Serikat, Donald Trump melakukan kunjungan ke Jepang pada November 2017, Perdana Menteri Shinzo Abe menerima tawaran wawancara oleh *Fox News* mengenai kerja sama dengan Amerika Serikat terkait isu Korea Utara.¹³⁹

Selain itu, Kementerian Luar Negeri Jepang juga memberikan kebebasan untuk mengakses situs resminya, yaitu <https://www.mofa.go.jp> dan juga media sosial Facebook, Twitter dan Youtube. Informasi-informasi yang dapat diakses dalam situs ini berupa kegiatan diplomatik Jepang juga kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan, seperti hasil dari pertemuan atau kunjungan, konferensi pers, *press releases*, wawancara dan artikel yang dibuat secara tekstual. Kementerian Luar Negeri Jepang menilai situs resmi yang dapat diakses dengan Bahasa Inggris merupakan instrumen yang cukup penting untuk meningkatkan distribusi informasi mengenai kebijakan luar negeri Jepang (termasuk isu terkait perbatasan, isu sejarah dan keamanan), posisi Jepang dalam hubungan internasional dan daya tarik Jepang.¹⁴⁰

Gambar 5. Halaman depan situs resmi Kementerian Luar Negeri Jepang



¹³⁹ *Ibid.*, hlm. 347

¹⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 348

Gambar 6. Halaman "News" dalam Situs Resmi Kementerian Luar Negeri Jepang yang Memuat Arsip *Press Release*, Konferensi Pers, Pidato, Wawancara dan Artikel



Sumber: www.mofa.go.jp

Dalam halaman “*News*”, publik dapat mengakses *press release*, konferensi pers, pidato, wawancara dan artikel dalam bentuk teks. Setelah dibangunnya JHSP yaitu pada tahun 2017, Kementerian Luar Negeri Jepang mengeluarkan beberapa artikel terkait Jepang dan Brazil, baik itu pidato Menteri Taro Kono saat kunjungan ke Brazil hingga notulensi hasil pertemuan Jepang dan Brazil. Jumlah artikel yang dikeluarkan dari 2017 hingga 2019 berjumlah lima.

Tabel 2. *Press Release* dan Artikel yang Dikeluarkan Kementerian Luar Negeri Jepang meliputi Jepang dan Brazil

Tahun	Judul	Tanggal Publikasi
2017	<i>Opening of Japan House São Paulo</i>	7 April 2017
	<i>Deputy Prime Minister Taro Aso and State Minister for Foreign Affairs Kentaro Sonoura to Attend the Opening Ceremony for Japan House São Paulo</i>	30 April 2017
	<i>Opening Ceremony for Japan House São Paulo</i>	1 Mei 2017
	<i>Japan–Brazil Foreign Ministers’ Meeting</i>	20 September 2017
2018	<i>Foreign Minister Taro Kono Visits Brazil, Argentine, the United States of America, and Mexico (Policy Speech by Mr. Taro Kono, Minister for Foreign Affairs of Japan, in Japan House Sao Paulo)</i>	19 Mei 2018
	<i>Issuance of the Appellate Body Report concerning “Brazil – Certain Measures Concerning Taxation and Charges” in the WTO Dispute Settlement Procedures (Statement by Foreign Minister Taro Kono)</i>	4 Desember 2018
2019	<i>Japan-Brazil Summit Meeting</i>	29 Juni 2019
	<i>Emergency assistance for Amazon rainforest fires in the Federative Republic of Brazil</i>	13 September 2019

Sumber: www.mofa.go.jp

5.1.2 *News Management* Pemerintah Jepang melalui *Japan House*

Terkait dengan *news management* yang dilakukan *Japan House* sendiri, khususnya JHSP, penulis tidak menemukan adanya kegiatan *news management* yang dilakukan oleh JHSP. Akan tetapi, JHSP mempunyai situs resmi dan berbagai sosial media mengenai informasi. Hanya saja, informasi-informasi tersebut tidak terkait kebijakan luar negeri yang dikeluarkan Jepang. Halaman web JHSP dapat diakses melalui www.japanhouse.jp/saopaulo. Informasi terkait JHSP juga dapat diakses melalui Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube.

Dalam *press release* berjudul “*Opening Ceremony for Japan House São Paulo*” yang dipublikasi dalam situs resmi Kementerian Luar Negeri Jepang,

djelaskan bahwa dalam acara peresmian JHSP dibagi menjadi empat acara, yakni; (1) *opening ceremony*; (2) *luncheon*; (3) *meetings with the Japan House São Paulo Steering Committee and Secretariat*; dan (4) *dialogue with representatives of Brazil's Community of Japanese Immigrants and Descendants*. Pembukaan ini dihadiri oleh beberapa pejabat dari Jepang dan Brazil, diikuti dengan pengenalan tim yang bekerja dalam pembentukan dan pengelolaan JHSP.¹⁴¹

Selain itu, Kementerian Luar Negeri Jepang juga mempublikasikan pidato oleh Menteri Taro Kono, sebagai Menteri Luar Negeri Jepang saat melakukan kunjungan ke JHSP. Taro Kono mengatakan bahwa ada harapan JHSP dapat menjadi jembatan yang menghubungkan kedua negara yang terletak sangat berjauhan ini. Sejak dibuka, JHSP sudah dihadiri oleh 770.000 pengunjung. Taro Kono menjadikan kunjungan ini sebagai kesempatan untuk berbagi tentang usaha Jepang dalam kerja sama dengan Amerika Latin dan negara-negara bagian Karibia.

Kesamaan Jepang dengan negara-negara Amerika Latin dan Karibia terletak di nilai-nilai yang dianut, yakni demokrasi, *rule of law*, hak asasi manusia dan ekonomi pasar. Kono berpendapat dengan adanya kebersamaan dalam nilai yang digunakan dapat mendorong terciptanya kedamaian dan kesejahteraan di dunia. Meski pun tatanan internasional kini menghadapi banyak tantangan, Kono percaya bahwa dengan kerja sama yang terjalin, tantangan ini dapat diatasi.

“We believe that economic growth will enhance democracy in a country. Japan has made contributions to the world through government assistance based on this premise. The world has been tremendous economic growth recently, but unfortunately, the number

¹⁴¹ “Policy Speech by Mr. Taro Kono, Minister for Foreign Affairs of Japan, in Japan House Sao Paulo, May 28 2015” Ministry of Foreign Affairs of Japan, diakses pada 25 Mei 2019, https://www.mofa.go.jp/la_c/sa/br/page4e_000826.html.

of democratic countries are not on the rise at the same rate. We are now watching populists and extremists taking over the political scenes all over the world and, in some countries, new dictators taking over the government for their own good. I still have faith that real market economy leads to democracy as the middle class it creates will eventually crave for political freedom. We need to work together so that we can keep the flag of democracy high and waving” ¹⁴²

Melihat pernyataan oleh Kono ini, dapat dilihat bahwa Jepang memiliki ambisi untuk bekerjasama dengan negara-negara yang memiliki nilai yang sama dengan Jepang. Kerja sama ini dilakukan untuk mencegah negara-negara populis dan ekstrimis memimpin dan mengambil alih skema politik internasional, yang dikatakan oleh Kono, pemimpin diktator yang memimpin negaranya untuk keuntungan mereka sendiri. Oleh karena itu, Kono mengajak para pemimpin demokratis untuk bersatu bersama Jepang untuk memperjuangkan demokrasi di tingkat internasional.

Terkait dengan kerja sama dengan negara Amerika Latin dan Karibia, Kono menjelaskan bahwa sekarang ini Jepang sedang berusaha untuk mengatur peraturan maritime yang bersifat bebas dari pesisir Timur Afrika hingga pesisir Barat Amerika Selatan melalui kawasan Timur Tengah, India, negara ASEAN, hingga Australia dan Selandia Baru. Kono melihat bahwa negara Amerika Latin berlokasi di lokasi yang strategis untuk transportasi laut, termasuk *Panama Canal* dan *Strait of Magellan*.¹⁴³

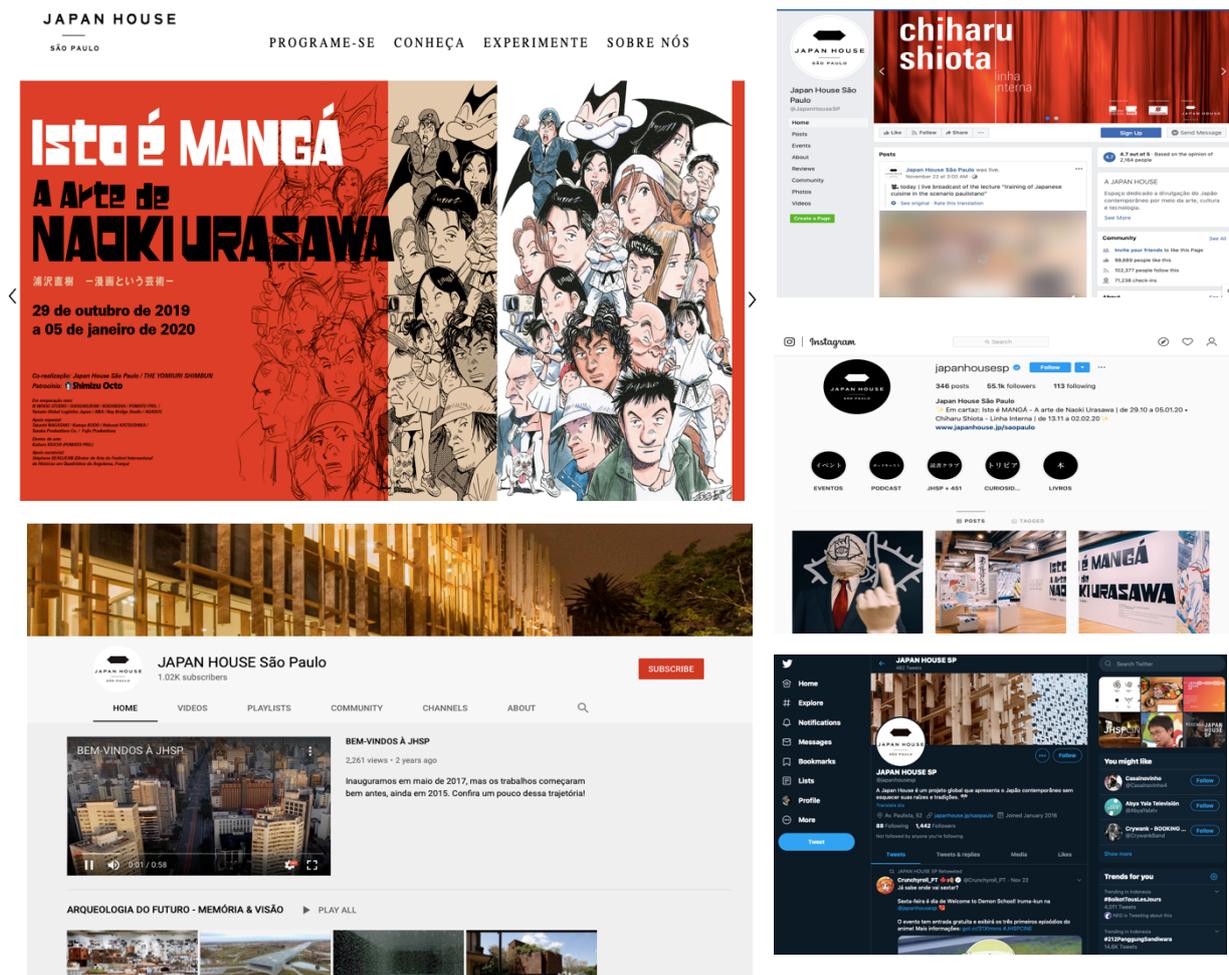
Kono juga mengatakan bahwa Jepang berencana untuk mengambil alih kepemimpinan G20 dari Argentina, dimana Cili menjadi tuan rumah APEC. Kono berasumsi bahwa Jepang dan negara Amerika Latin dan Karibia akan memiliki

¹⁴² *Ibid.*

¹⁴³ *Ibid.*

peran dan kerja sama yang besar di arena internasional. Untuk mendiskusikan isu-isu global, Jepang berusaha untuk meraih jaringan dan relasi dengan negara-negara yang berprinsip sama. Oleh ini, Taro Kono berjanji untuk melakukan kunjungan lebih sering ke negara-negara Amerika Latin dan Karibia.¹⁴⁴

Gambar 7. Situs Resmi dan Media Sosial Japan House São Paulo



Dalam situs resmi JHSP, dapat diakses berbagai artikel dan berita mengenai kegiatan dan acara-acara yang akan dilakukan dalam JHSP. Artikel

¹⁴⁴ *Ibid.*

yang dikeluarkan salah satunya berjudul “*São Paulo is chosen to host JAPAN HOUSE, a space that will show contemporary Japan.*” Artikel ini merupakan artikel pertama yang dipublikasi oleh JHSP, sebagai pengenalan terhadap JHSP. Dijelaskan dalam artikel ini JHSP akan menyediakan pertunjukan seni, menawarkan teknologi dan bisnis kepada para pengunjung melalui pengenalan Jepang dari sisi sejarah hingga keadaannya sekarang.¹⁴⁵

Kota Sao Paulo terpilih menjadi kota tujuan *Japan House* karena beberapa alasan. Alasan pertama karena Sao Paulo merupakan kota dengan jumlah diaspora Jepang terbesar dan hubungan ekonomi dan sosial antara kedua negara cukup kuat.¹⁴⁶Selain itu, kota Sao Paulo merupakan pusat ekonomi Amerika Latin dan titik penting bagi produksi seni dan budaya. Terletak di Avenia Paulista 52, JHSP juga menyediakan tempat untuk para pengunjung untuk mengadakan pertemuan atau rapat bisnis, seminar eksekutif, acara korporat dan peluncuran produk.¹⁴⁷ Jumlah artikel yang sudah diluncurkan dalam situs resmi JHSP berjumlah 26 terhitung mulai 2 Januari 2016 hingga 30 Oktober 2019.

Sama seperti situs resmi Kementerian Luar Negeri Jepang, dalam situs resmi JHSP juga terdapat halaman “*News*”, “*Articles*” dan “*Interviews*” yang diublikasi untuk umum, sehingga publik dapat melihat informasi-informasi terkini mengenai JHSP dalam bentuk teks dan video. Selain itu, JHSP juga meluncurkan dua *podcast* yang berisikan diskusi antara komite pengurus JHSP

¹⁴⁵ JAPAN HOUSE (São Paulo), diakses pada 7 Oktober 2019, <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/>

¹⁴⁶ “São Paulo é Escolhida Para Sediara JAPAN HOUSE, Espaço Que Mostrará o Japão Contemporâneo,” JAPAN HOUSE (São Paulo), diakses pada 10 Oktober 2019, https://www.japanhouse.jp/saopaulo/news/page1031_00008.html

¹⁴⁷ *Op. cit.*

dengan tokoh-tokoh terkenal dari Brazil mengenai penulis terkenal Jepang, Haruki Murakami.

Tabel 3. Berita, Artikel dan Wawancara yang Dipublikasi melalui Situs Resmi JHSP

Tahun	Berita	Artikel	Wawancara
2016	<i>São Paulo is chosen to host JAPAN HOUSE, a space that will show contemporary Japan</i> (1 Februari)	-	-
	<i>JAPAN HOUSE has booth at 19th Japan Festival</i>		
2017	<i>JAPAN HOUSE São Paulo assembles Hinoki panel that will cover its façade on Paulista Avenue</i> (11 Januari)	<i>Memories, manga and Japanese influence in Brazil</i> (13 Februari)	Wawancara dengan Alex Atala (23 Maret)
	<i>JAPAN HOUSE São Paulo presents Japanese artists at SP- Arte</i> (5 April)	<i>The art of paper and the art of life</i> (13 Februari)	Wawancara dengan Danilo Santos De Miranda (1 Juni)
	<i>JAPAN HOUSE São Paulo promotes a month of ephemeral gardens in action with Makoto Azuma</i> (9 April)	<i>The Japanese Contribution to Brazilian Agriculture</i> (23 Maret)	Wawancara dengan Roberto Kovalick (1 Juni)
	<i>JAPAN HOUSE São Paulo celebrates opening with concert by Jun Myiake and Ryuichi Sakamoto</i> (24 April)	<i>Takayuki Aoki: The Studio Ghibli Creation Process</i> (11 Juli)	Wawancara dengan Viviane Senna Lalli (1 Juni)
	<i>“Bamboo – Stories of a Japan” marks the opening of JAPAN HOUSE</i> (30 Mei)	<i>Hajime Nakatomi: Bamboo Jewelry</i> (11 Juli)	Wawancara dengan Lenny Niemeyer (1 Juni)
	<i>Wood, washi and concrete: architect Kengo Kuma’s recipe for JAPAN HOUSE São Paulo</i> (8 Juni)		Wawancara dengan Mauricio De Souza (8 Juni)
	<i>Exhibition reveals the essence of the works of architect Kengo Kuma</i> (27 Juni)		Wawancara dengan Paulo Mendes Da Rocha (8 Juni)
	<i>FOAM + SATOYAMA (last days)</i> (31 Oktober)		
	<i>Mille Arbres</i> (21 Desember)		

	<i>Shin: NEVER Works</i> (21 Desember)		
2018	<i>Sou Fujimoto: "FUTURE OF THE FUTURE" - extended until Marh 4</i> (2 Februari)		
	<i>Obento Aizome Pop Up – Extended until February 2019</i> (11 Juli)		
	<i>Christmas and New Year: Opening Hours</i> (12 Juli)		
	<i>New Opening Hours 2019</i> (19 Desember)		
2019	<i>JAPAN HOUSE São Paulo and São Paulo City Hall Open Notice</i> (30 Januari)		
	<i>Meet the judges of the announcement: "New Looks, New Scales: Your Design for Dog Houses"</i> (8 Februari)		
	<i>Sheduled Maintenance on Hinoki Façade</i> (27 Februari)		
	<i>AIZOMÊ at JHSP</i> (25 Maret)		
	<i>Bijari Studio Artistic Intervention</i> (27 Maret)		
	<i>Coffee Makeovers</i> (27 Mei)		
	<i>Book Club: JHSP + FOUR FIVE ONE</i> (5 Juni)		
	<i>MAFF (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) holds events at JHSP</i> (29 Juli)		
	<i>Rugby at JHSP</i> (1 Oktober)		
	<i>JAPAN HOUSE SP Podcast: Listen Here!</i> (30 Oktober)		

Sumber: www.japanhouse.jp/saopaulo

Jumlah berita yang dipublikasi oleh JHSP berjumlah 26, sedangkan artikel berjumlah lima dan video wawancara berjumlah tujuh. Melihat berita dan artikel yang dipublikasi dalam situs JHSP, terdapat satu berita yang didalamnya mengandung informasi mengenai kebijakan yang dilakukan Jepang di Brazil, yaitu

berita berjudul “*MAFF (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) holds events at JHSP*” yang memiliki menjelaskan tentang MAFF Jepang mengadakan pertemuan di JHSP untuk membahas tentang relasi antara Jepang dan Brazil dalam bidang agrikultur.

Pertemuan yang dihadiri oleh petani Nikkei (diaspora Jepang) dari Brazil, Argentina, Paraguay, Bolivia dan Peru ini membahas tentang petani “*Nikkei Farmers Exchange, Cooperation and Business Generation Project in Central and South America*” . Dalam pertemuan ini, dibahas mengenai pentingnya edukasi mengenai produk pangan Jepang. Diskusi yang dilakukan bertujuan untuk membawa perusahaan Jepang yang sudah menempat di Brazil seperti Sukiya dan Nissin untuk lebih dekat dengan perusahaan produksi pertanian Brazil, manajemen pertanian dan *agrotourism* agar menjadi lebih baik di kemudian hari.¹⁴⁸

Pentingnya agrikultur yang melatarbelakangi kegiatan imigrasi Jepang ke Brazil, terlihat bahwa keadaan agrikultur Brazil saat ini tidak akan menjadi lebih baik tanpa adanya peran penting dari petani imigran Jepang. Imigran Jepang memulai metode penyediaan produk yang cukup baik dalam pertanian Brazil. Dalam pertemuan ini direncanakan sebuah proyek untuk pelatihan para remaja, menguatkan kerja sama agrikultur Jepang dan negara Amerika Latin dan menambah peluang untuk petani dan pembisnis Nikkei kesempatan untuk melakukan bisnis di Brazil.¹⁴⁹

Dari pertemuan ini dapat dilihat posisi Jepang yang ingin memperkuat relasi dengan Brazil dalam bidang agrikultur. Representatif dari *Japan*

¹⁴⁸ “MAFF (Ministério Da Agricultura, Silvicultura e Pesca) Realiza Eventos Na JHSP.,” JAPAN HOUSE (São Paulo), diakses pada 15 Oktober 2019, <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/news/MAFF.html>

¹⁴⁹ *Ibid.*

International Cooperation Agency (JICA) dan Komatsu (perusahaan Jepang di Brazil) bertekad untuk mengurangi permasalahan yang sering terjadi pada petani Nikkei. Dengan membuka diskusi antara MAFF dan petani Nikkei di Brazil dan negara Amerika Latin lainnya merupakan bentuk dari pemberian informasi mengenai kebijakan dan posisi Jepang terkait isu pertanian. Meskipun pertemuan ini tidak dihadiri oleh media dari negara lain, akan tetapi informasi ini dapat diterima oleh publik di Brazil dan dapat dilihat oleh publik melalui situs resmi JHSP.¹⁵⁰

Penulis melihat Kementerian Luar Negeri Jepang tidak melakukan *news management* melalui JHSP secara terus menerus, sedangkan dimensi ini harus dilakukan secara terus menerus. Dapat dilihat dari situs resmi dan media sosial JHSP yang lebih banyak memuat mengenai kegiatan di dalam JHSP. Pemerintah Jepang pun tidak memberikan informasi terkait respon terhadap isu yang sedang terjadi melalui JHSP. Dari berita, artikel dan video wawancara yang dipublikasi melalui media sosial dan situs resmi JHSP, hanya satu yang memberitakan tentang posisi dan kebijakan Jepang dan hanya mengenai kebijakan yang diberikan pemerintah Jepang kepada Brazil. Dengan ini, dimensi *news management* tidak dilakukan Jepang ke Brazil melalui JHSP.

5.2 Strategic Communication

Dalam *Diplomatic Blue Book* 2018 yang merangkum kegiatan diplomasi Jepang selama tahun 2017 oleh Kementerian Luar Negeri Jepang, dijelaskan bahwa pemerintah Jepang mengimplementasikan *strategic communications* dengan menggunakan tiga pilar, yaitu; (1) *working to convey Japan's views*,

¹⁵⁰ *Ibid.*

*policies and initiatives; (2) sharing Japan' s rich and varied attractiveness; dan (3) cultivating understanding and support for Japan while strengthening the system of the diplomatic missions overseas.*¹⁵¹

Inisiasi-inisiasi yang dibentuk oleh Kementerian Luar Negeri Jepang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pengertian akan kontribusi Jepang terhadap perdamaian, stabilitas dan kesejahteraan dalam komunitas internasional, mengatur dan memperkuat peraturan internasional berdasarkan *rule of law*, dan mempromosikan pengertian akan isu terkait sejarah Jepang. Untuk menyampaikan pandangan, kebijakan dan inisiasi Jepang, dilakukan komunikasi diplomatic secara langsung oleh Perdana Menteri dan Menteri Luar negeri dalam kesempatan kunjungan diplomatik.¹⁵²

Melalui *Japan House*, Kementerian Luar Negeri Jepang menggunakan pilar ketiga untuk berbagi daya tarik dan nilai-nilai yang dimiliki Jepang disertai dengan menyebarkan pengertian lebih mendalam tentang Jepang. Pembentukan *Japan House* dilandasi dengan konsep “*a surprising, insightful encounter with the authentic stories of Japan*” dan “*a place that open people' s eyes to Japan.*”¹⁵³ Dengan ini, penulis melihat bahwa Jepang ingin menyebarkan cerita, budaya, sejarah, kekayaan alam, teknologi, *fashion* dan nilai-nilai yang dimiliki kepada publik di negara lain untuk menghilangkan persepsi menyimpang mengenai Jepang.

Untuk melihat dimensi kedua, yakni *strategic communications*, penulis akan membahas kegiatan-kegiatan atau fitur-fitur yang ditampilkan dalam JHSP

¹⁵¹ Diplomatic Blue Book 2018, hlm. 343

¹⁵² *Ibid.*, hlm. 344

¹⁵³ *Ibid.*, 2018, 347

untuk memperkuat maksud dan tujuan dari diplomasi publik Jepang. Selain itu, Jepang dalam melakukan diplomasi publiknya bertujuan untuk memberikan *image* Jepang sebagai negara pasifis dan demokratis. Dalam bab ini, penulis akan membahas mengenai arti dari symbol *Japan House* sendiri dan unsur-unsur yang ingin diperlihatkan oleh Jepang dalam membuat JHSP yang diperlihatkan melalui kegiatan-kegiatan dalam JHSP.

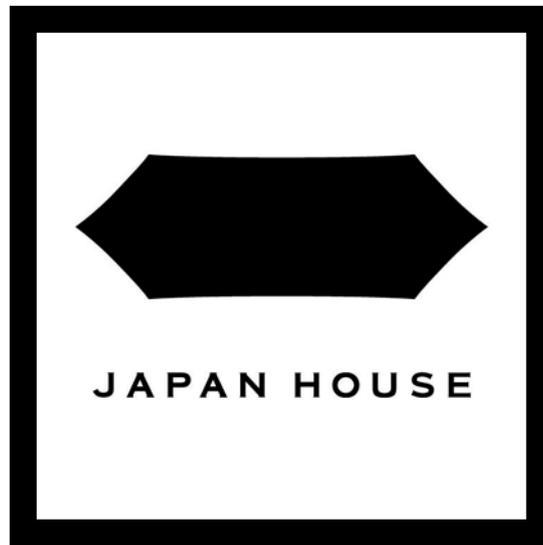
Japan House yang dibangun di tiga negara berbeda, yakni Amerika Serikat, Inggris dan Brazil memiliki logo yang sama. Dikutip dari halaman facebook *Japan House London*, dijelaskan bahwa arti dari logo *Japan House* sebagai;

“It is a single horizontal brushstroke and a careful rendition of the Japanese number ‘one’ . It is a finely crafted shape, conveying subtlety of a refinement particular to a Japanese sense of beauty. The simplicity of the shape (一) is in fact a complex culmination of painstakingly considered detail.” ¹⁵⁴

Logo yang berbentuk heksagon dan berwarna hitam ini merepresentasikan huruf kanji Jepang (*Sino-Japanese*) yaitu *ichi* (一) yang memiliki arti “satu” , yang dibentuk dari satu goresan kuas yang mengisyaratkan keindahan Jepang. Dari logo ini dapat dilihat bahwa melalui *Japan House* ingin memperlihatkan keindahan-keindahan yang dimiliki oleh Jepang.

¹⁵⁴ “Japan House London,” Do you know the meaning behind our logo?... – Japan House London, diakses pada 15 Oktober 2019, <https://www.facebook.com/japanhouseldn/photos/do-you-know-the-meaning-behind-our-logo-it-is-a-single-horizontal-brushstroke-an/753329014834327/>

Gambar 8. Logo *Japan House*



Sumber: www.facebook.com/japanhouseidn

Dalam situs resmi *Japan House* di halaman *Stories*, terdapat 11 unsur yang menjadi simbol untuk menunjukkan keindahan dan karisma Jepang melalui *Japan House*. Unsur-unsur tersebut, yakni *paper*, *robots*, *house*, *rice*, *lacquerware*, *hot spring*, *nihonshu*, *washoku*, *wrapping*, *dogs* dan *ceramics*. Dalam setiap cerita dari setiap unsur ini, *Japan House* mengundang beberapa figur untuk menjelaskan keindahan dan karisma Jepang. Dalam bagian ini, penulis akan menjelaskan unsur-unsur tersebut dan nantinya akan dijelaskan bagaimana JHSP menampilkan unsur ini dalam kegiatan-kegiatan dalam JHSP.

Unsur yang pertama adalah *paper* atau kertas. Kertas diibaratkan sebagai lembaran dari kekuatan dan keindahan. Dijelaskan bahwa kertas diciptakan di Cina sekitar dua ribu tahun yang lalu dan sampai ke Jepang sekitar abad ketujuh. *Washi*, yaitu kertas dalam bahasa Jepang, merupakan simbol dari karakter kuat dan lembut/luntur. Pembuatan kertas di Jepang menggunakan metode *nagashi-*

zuki, yaitu metode dengan mencampurkan beberapa substansi dari tanaman yang menghasilkan kertas yang kuat. Dengan selembar kertas yang kuat ini dapat digunakan bukan hanya untuk buku dan lukisan, akan tetapi juga sebagai material arsitektur dan kegunaan sehari-hari, seperti payung, lampu, garmen dan partisi music (*fusuma*).¹⁵⁵

Selanjutnya adalah unsur robot, yang diartikan sebagai *good-natured and fast-evolving buddies*. Unsur ini merepresentasikan masyarakat Jepang yang kemungkinan seperti robot daripada masyarakat lain dan juga teknologi Jepang yang terkenal membantu Jepang dalam pertumbuhan ekonominya. Hingga saat ini, Jepang masih dikenal sebagai negara nomor satu dalam teknologi dimana suatu mesin dapat membuat mesin yang lain dan juga Jepang memiliki lebih dari setengah pasar dunia di bidang teknologi. Ada beberapa jenis robot yang dihasilkan oleh Jepang yaitu *humanoid* (seperti manusia), *industrial* dan *assistive robots*. Selain itu, Jepang juga meluncurkan beberapa *manga* yang memasukkan unsur *humanoid robots*, seperti Astro Boy dan Doraemon.¹⁵⁶

Menurut pepatah Jepang, “*a person needs only half a **tatami** mat worth of space when awake, and a full **tatami** mat when asleep*”. Maksud dari pepatah ini adalah dalam sebuah rumah, hanya dibutuhkan ruang yang sedikit dan tidak dibutuhkannya benda-benda mewah dalam lingkup hidup. Ini menjelaskan unsur yang ketiga yaitu *house* atau rumah. Di Jepang, masyarakat akan membuka alas kaki ketika memasuki rumah. Tradisi ini telah menjadi fondasi bagi penduduk

¹⁵⁵ “Washi,” JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 15 Oktober 2019
<https://www.japanhouse.jp/en/stories/01-washi.html>

¹⁵⁶ “Roboticsi,” JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 15 Oktober 2019
<https://www.japanhouse.jp/en/stories/02-robotics.html>

Jepang untuk hidup yang berarti bahwa ketika memasuki rumah, kita harus menjadi lebih bersih daripada ketika kita di luar rumah. Meski begitu, semakin berkembangnya zaman dan teknologi, perumahan di Jepang mulai menggunakan arsitek yang merepresentasikan budaya Jepang yang juga semakin berkembang.¹⁵⁷

Lalu unsur yang keempat adalah *rice* atau nasi. Sejak dulu, masyarakat Jepang banyak yang hidup di daerah pegunungan, dimana menjadi tempat strategis untuk bertani nasi. Nasi di Jepang menjadi salah satu produk pangan paling penting. Masyarakat Jepang hidup dan berkembang dengan nasi, dimana mereka juga berdoa kepada surga dan dunia untuk menghasilkan nasi yang baik. Mereka akan merasa tenang ketika mendapatkan hasil nasi yang baik dan takut akan kegagalan panen.¹⁵⁸

Petani-petani akan saling memberikan nasi hasil panen terbaik mereka dan membentuk relasi yang baik dari ini. Maka dari itu, dapat dikatakan masyarakat Jepang memiliki keterikatan emosi yang kuat terhadap nasi dan nasi juga berperan penting dalam budaya Jepang. Kuliner terkenal yang berasal dari Jepang tidak lepas dari nasi. Seperti *sushi*, *mocha (rice cake)* dan *donmono*. Nasi di Jepang umumnya memiliki tekstur yang lengket, memudahkan mereka untuk menyantap nasi menggunakan sumpit. Tidak hanya itu, masyarakat Jepang juga percaya terdapat tujuh dewa dalam setiap butir nasi.¹⁵⁹

¹⁵⁷ "House," JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 16 Oktober 2019
<https://www.japanhouse.jp/en/stories/03-house.html>

¹⁵⁸ "Rice," JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 16 Oktober 2019
<https://www.japanhouse.jp/en/stories/04-kome.html>

¹⁵⁹ *Ibid.*

Unsur kelima adalah *lacquerware*, yaitu pernis atau pelapis peralatan rumah tangga atau kerajinan tangan. *Lacquerware* dikenal sebagai salah satu kerajinan tangan tradisional yang paling terkenal dari Jepang. Keunikan dalam kegiatan *lacquering* adalah kekayaan dalam lapisan budaya dari berbagai kelas sosial yang berbeda, termasuk bangsawan, samurai, pengisi pura dan kuil, hingga para pedagang. Penggunaan *lacquerware* pada berbagai benda sangat bernilai bagi para masyarakat Jepang yang menjadikan kegiatan *lacquering* sebagai aset budaya yang telah mendorong kehidupan mereka sejak dahulu.¹⁶⁰

Selanjutnya ada unsur *hot spring* atau yang terkenal dengan sebutan *onsen*. *Onsen* diibaratkan sebagai *a gift from deep below volcanic islands*. Pemandian air hangat ini sangat terkenal dan lekat dengan Jepang. Mandi dengan menggunakan air hangat juga menjadi bagian dari tradisi masyarakat Jepang. Awalnya, *onsen* digunakan oleh para petani di luar masa panen sebagai terapi untuk mennyembuhi penyakit dan luka mereka dari kelelahan bertani. Hingga kini, *onsen* menjadi destinasi wisata para wisatawan di Jepang. Banyak fitur yang disediakan *onsen* selain pemandian air hangat, seperti pemandangan yang indah dan suasana yang menenangkan.¹⁶¹

Unsur ketujuh adalah *nihonshu*, yang merupakan *sake* yaitu minuman hasil dari campuran fermentasi nasi dan air. Teknik pembuatan *nihonshu* sudah turun-temurun dari zaman lampau dan telah berkembang. *Nihonshu* merupakan bagian penting dari gaya hidup masyarakat Jepang dan kultur makanannya. Acara

¹⁶⁰ “Lacquerware,” JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 16 Oktober 2019
<https://www.japanhouse.jp/en/stories/05-shikki.html>

¹⁶¹ “Onsen,” JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 16 Oktober 2019
<https://www.japanhouse.jp/en/stories/06-onsen.html>

tradisional Jepang tidak lepas dari kegiatan meminum *sake*.¹⁶² Selanjutnya ada *washoku*, yaitu masakan Jepang yang masuk dalam daftar *UNESCO's Intangible Cultural Heritage List* sebagai budaya kuliner yang harus dilestarikan. Terdapat banyak jenis dari masakan Jepang, seperti *dashi* (sup), *teishoku* (satu set makanan), *yakitori* (satai ayam) dan *bento*.¹⁶³

Unsur kesembilan, yaitu *wrapping* atau membungkus. Kegiatan *wrapping* diibaratkan sebagai bentuk berdoa dan berekspresi. Untuk masyarakat Jepang, *wrapping* tidak hanya untuk memberikan aspek seni dan dekorasi, akan tetapi terdapat tiga faktor yaitu *practicality*, *artistry* dan *faith*. Menurut masyarakat Jepang, kegiatan *wrapping* ini merupakan bentuk hormat terhadap alam, interaksi dengan para dewa dan sebagai bahasa untuk menyampaikan perasaan dan koneksi yang mendalam dengan sesama.¹⁶⁴

Salah satu cerita yang terkenal dari Jepang adalah cerita mengenai kesetiaan seekor anjing bernama Hachiko, hingga didirikan patung berwujud Hachiko di stasiun paling ramai Jepang yaitu stasiun Shibuya. Hachiko merupakan anjing berjenis Shiba Inu yang merupakan salah satu jenis anjing asal Jepang. Dalam unsur kesepuluh, *dogs* atau anjing dikenal sebagai *'the nation's oldest sweethearts'*. Keberadaan anjing dalam sejarah Jepang sudah sangat melekat sebagai teman berburu hingga teman hidup. Dalam seni Jepang, anjing sering kali menjadi objek melambangkan kesetiaan. Baik dulu mau pun sekarang,

¹⁶² "Sake," JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 16 Oktober 2019
<https://www.japanhouse.jp/en/stories/07-sake.html>

¹⁶³ "Washoku," JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 16 Oktober 2019
<https://www.japanhouse.jp/en/stories/08-washoku.html>

¹⁶⁴ "Wrapping," JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 16 Oktober 2019
<https://www.japanhouse.jp/en/stories/09-tsutsumu.html>

anjing telah menjadi salah satu makhluk hidup yang melekat dengan masyarakat Jepang.¹⁶⁵

Unsur yang terakhir adalah *ceramics* atau keramik sebagai suatu seni dan keindahan yang berasal dari perpaduan tanah liat dan api. Dari proses pembuatan keramik, dapat dilihat keahlian seni dari para pembuat keramik dan nilai-nilai seni dan keindahan yang melekat dalam keramik yang dibuat. Terdapat enam teknik pembuatan keramik yang bervariasi, yaitu *Rokkoyo*, *Arita-yaki*, *Kutani-yaki*, *Raku-yaki*, *Oribe-yaki* dan *Rinpa*. Beberapa dari teknik ini mendapat pengaruh dari Cina dan Korea. Variasi dari teknik ini memperlihatkan bahwa keindahan sesuatu dapat dilihat dari berbagai perspektif.¹⁶⁶

Menurut penulis, unsur-unsur ini merupakan simbol yang menandakan bahwa Jepang memiliki nilai budaya dan sejarah yang tinggi. Hal-hal kecil seperti produk hasil tani dan kerajinan tangan memiliki keterikatan emosional dan spiritual dengan masyarakat Jepang. Dalam unsur-unsur ini, sedikit ditemukan adanya budaya populer Jepang yang sebelumnya merupakan instrumen terkuat dalam diplomasi publik Jepang. Penulis melihat, bahwa pada dasarnya Jepang ingin memberikan pengertian lebih mendalam untuk menghindari informasi yang tidak sesuai. Maka dari itu, Jepang memulai dengan sejarah, tradisi dan budaya yang dimilikinya.

5.2.1 Newsletter atau Buletin

JHSP secara rutin menyediakan buletin atau *newsletter* yang diberikan secara berkala untuk para pelanggan yang melakukan pendaftaran melalui situs

¹⁶⁵ "Dogs," JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 16 Oktober 2019
<https://www.japanhouse.jp/en/stories/10-dog.html>

¹⁶⁶ "Ceramics," JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 16 Oktober 2019
<https://www.japanhouse.jp/en/stories/11-toujiki.html>

resmi. Buletin ini diberikan secara gratis yang dikirimkan melalui *e-mail* yang terdaftar setiap bulannya. Penulis mencoba untuk berlangganan buletin ini dengan mendaftar pada November 2019. Terhitung dari pendaftaran, penulis sudah menerima tiga buletin yang dikirimkan oleh JHSP melalui *e-mail* penulis. Buletin pertama penulis terima pada 3 Desember 2019.

Buletin kedua penulis terima pada 19 Desember 2019 hingga yang terakhir yaitu pada 7 Januari 2020. Dalam buletin-buletin ini, berisikan informasi mengenai rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan oleh JHSP dalam rentang waktu terdekat. Selain itu, dalam buletin ini juga terdapat pengumuman-pengumuman mengenai acara yang akan mendatang. Selain itu, juga terdapat informasi mengenai waktu operasionalisasi JHSP juga peluncuran *podcast* oleh JHSP. Penulis melihat, buletin-buletin yang diterbitkan oleh JHSP ini merupakan sebuah bentuk laporan kegiatan JHSP dan sarana untuk menginformasikan kegiatan-kegiatan selanjutnya yang diadakan JHSP.

Meski pun hanya berbentuk laporan dan rancangan kegiatan saja, buletin yang dibuat oleh JHSP ini penulis nilai cukup memadai sebagai upaya komunikasi strategis Jepang. Dipublikasikan secara bulanan, buletin ini menjadi sarana bagi para pelanggan untuk mengetahui kegiatan yang telah dilakukan JHSP hingga kegiatan selanjutnya. Walau pun buletin ini tidak memuat informasi mengenai Jepang, akan tetapi dengan mempromosikan kegiatan-kegiatan dalam JHSP, buletin ini dapat membantu penyampaian pesan-pesan strategis Jepang.

5.3 Relationship Building

Sebelumnya penulis sudah menjelaskan mengenai dimensi *strategic communications* melalui kegiatan pameran dan penyediaan restoran, kafe, toko

dan *multimedia space*. Dalam sub-bab *relationship building* ini, penulis akan menjelaskan upaya-upaya pemerintah Jepang dalam menguatkan relasi antara Jepang dan Brazil melalui JHSP. Untuk melakukan *relationship building*, diperlukan aspek-aspek seperti *workshop* atau seminar, pertukaran pelajar, pemberian materi hingga pemberian akses informasi. Melalui situs resmi JHSP, penulis dapat menemukan aspek-aspek dalam upaya *relationship building* yang terbagi menjadi beberapa jenis kegiatan, yaitu kuliah tamu, kelompok membaca, pemutaran film, festival, seminar, *workshop*, tur, sesi tanya-jawab dan aktivitas lainnya.

5.3.1 Kegiatan Kuliah Tamu atau *Lecture*

Kegiatan *lecture* yang diadakan JHSP pertama kali adalah *BAMBOO RITUALS* bersamaan dengan pameran yang sudah penulis jelaskan di sub-bab sebelumnya. Dalam sesi ini, dihadirkan peneliti khusus dalam bidang seni bambu, Hiroyuki Hashiguchi yang juga merupakan dosen di Musashino University jurusan arsitektur. Untuk menghadiri kuliah tamu ini, partisipan harus mendaftar terlebih dahulu. Terdapat tiga kuliah tamu mengenai bambu yang telah diadakan oleh JHSP.¹⁶⁷

Kuliah tamu selanjutnya adalah “*JAPAN: TRADITION AND MUSIC*” pada 11 Juni 2017. Kuliah tamu ini dihadiri oleh Shen Ribeiro yang menjelaskan analisisnya tentang hubungan sejarah Jepang dan pengaruh *Zen Buddhism* terhadap seni tradisional Jepang khususnya pada instrumen music. Shen dalam sesi ini juga mengajari pengunjung bagaimana memainkan alat music *shakuhachi* yang merupakan suling tradisional Jepang. Tidak hanya itu, Shen juga

¹⁶⁷ “EVENTOS”, JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 27 November 2019, <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/index.html>

memberikan pertunjukan musik dan menghadirkan 12 instrumen music dan mempersilahkan partisipan untuk menggunakannya. Jumlah partisipan pun terbatas, yaitu hanya 50 orang dan secara gratis.¹⁶⁸

JHSP juga mengadakan kuliah tamu mengenai Studio Ghibli, perusahaan produksi film paling terkenal dari Jepang. Penulis yang juga penggemar dari film produksi Studi Ghibli berpendapat bahwa ini merupakan salah satu instrumen terkuat yang dimiliki Jepang dalam melakukan diplomasi publik, karena tidak dapat dihindari bahwa film hasil Studio Ghibli merupakan animasi yang bagus dengan alur cerita yang memiliki kesan dan nilai yang baik. Film yang dikeluarkan Studio Ghibli pun memasukkan unsur-unsur tradisi dalam kehidupan masyarakat Jepang dan tidak jarang terdapat unsur politik di dalamnya.

Dalam kuliah tamu berjudul “*STUDIO GHIBLI’ S CREATION PROCESS*” pada 4 Juni 2017 ini dihadiri oleh Takayuki Aoki yang berpresentasi dalam bahasa Jepang dan didampingi oleh penerjemah. Partisipan dalam kuliah tamu ini akan mendapatkan narasi mengenai film-film Studio Ghibli dan proses-proses yang dilalui oleh tim produksi dalam membuat film.¹⁶⁹ Terdapat kuliah tamu yang juga diadakan bersamaan dengan pemutaran film dari Studio Ghibli, yaitu *Princess Kaguya’ s Tale* dengan pembicara yang sama. Film ini bercerita tentang Kaguya, seorang bayi yang ditemukan di dalam bambu.¹⁷⁰

Kuliah tamu yang disediakan dalam JHSP tidak hanya mengenai seni dan tradisi yang berkembang di Jepang, melainkan materi lain seperti kuliner, film hingga mengenai diplomasi Jepang dan Brazil. Salah satu kuliah tamu yang

¹⁶⁸ *Ibid.*

¹⁶⁹ “O Processo De Criacao Do Studio Ghibli,” JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 27 November 2019, https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/processo_criacao.html

¹⁷⁰ *Ibid.*

membahas tentang diplomasi adalah kuliah tamu yang diadakan pada 19 Oktober 2017 dengan tema “*Japan ’ s Economic Diplomacy in Latin America*” yang mendatangkan pembicara dari Jepang dan Brazil sendiri. Sesuai dengan tema yang diangkat, kuliah tamu ini membicarakan tentang diplomasi ekonomi Jepang di negara Amerika Latin.

Selain itu, juga diadakan kuliah tamu bertajuk “*Diplomacy in the Construction of Brazil – 1750-2016*” yang mendatangkan Rubens Ricupero, diplomat asal Brazil yang pernah menjabat sebagai Duta Besar Brazil untuk PBB, Jenewa, Switzerland dan Italia. Rubens Ricupero juga menulis buku yang berjudul sama dengan kuliah tamu ini. Dalam kuliah tamu ini dijelaskan sejarah diplomasi Brazil hingga keadaannya dan tantangan yang dihadapi sekarang. Dari penjelasan ini menunjukkan bagaimana kebijakan luar negeri Brazil berkontribusi dalam mendefinisikan ideologi dan nilai yang mencerminkan identitas Brazil dan relasinya dengan negara lain.¹⁷¹

Kuliah tamu yang diadakan JHSP juga beberapa kali memberikan materi tentang informasi program magang yang disediakan oleh pemerintah Jepang. Misalnya kuliah tamu “*Ashinaga: International Internship Program 2020*” yang diadakan pada 7 Agustus “*Japan Scholarships and Internship*” pada 7 September 2019. Dalam kuliah tamu ini diberikan informasi mengenai program magang Ashinaga yang bertempat di Jepang yang membiayai lebih dari 5.000 siswa yang berstatus yatim piatu dan program magang lainnya.¹⁷²

¹⁷¹ *Ibid.*

¹⁷² *Ibid.*

Selain itu, terapat juga kuliah tamu lainnya dengan tema seperti mengenai Olimpiade 2020 dan *Rugby Cup* yang akan diadakan di Jepang. Ada pun kegiatan kuliah tamu lainnya yang telah dikeluarkan JHSP dapat dilihat di tabel yang penulis sediakan di lampiran.¹⁷³ Acara-acara seperti kuliah tamu yang diadakan oleh JHSP ini dapat mengeratkan relasi antara pemerintah Jepang dengan publik di Brazil, karena kegiatan kuliah tamu ini diadakan secara rutin dan dapat diakses secara gratis.

Melalui kegiatan ini pun dapat dilihat usaha Jepang dalam memberikan wadah untuk para pengunjung dan masyarakat Brazil yang memiliki ketertarikan akan Jepang untuk mengetahui lebih banyak dan mendalam mengenai Jepang. Dalam dimensi ini, *relationship building* dilakukan dengan membangun relasi dengan publik suatu negara. Penulis melihat, kegiatan kuliah tamu ini merupakan upaya untuk mempererat relasi antara Jepang dengan publik Sao Paulo melalui JHSP.

Melihat dari sisi rutinitas kegiatan kuliah tamu ini, maka informasi-informasi baru pun dapat tersalurkan ke para peserta. Dengan informasi-informasi baru ini, maka akan muncul kesan baru terhadap Jepang yang akan memberikan efek kepada *image* Jepang di Brazil. Para peserta ini pun dapat menginformasikan ilmu yang mereka dapat melalui kuliah tamu kepada penduduk Brazil lainnya. Sehingga, pengetahuan mengenai Jepang bisa tersebar di publik Brazil.

5.3.2 Kegiatan Seminar dan *Workshop*

¹⁷³ Lampiran.

Kegiatan seminar yang dilakukan JHSP tidak terlalu rutin. Terhitung sejak pembukaannya, JHSP mengadakan tiga seminar. Seminar pertama dilakukan pada 26 – 27 April 2019 bertajuk “*The Taste and Beauty of Sake*” . Dalam seminar ini mempresentasikan mengenai dua poin utama mengenai minuman *sake*, yaitu *production* dan *harmonization*.¹⁷⁴ *Production* menjelaskan tentang sejarah, proses manufaktur hingga pengaruh dari budaya Jepang, sedangkan poin *harmonization* menjelaskan tentang bagaimana pembuatan *sake* dengan menggunakan bahan-bahan dari Brazil. Dalam seminar ini, partisipan dapat mencoba berbagai macam *sake* yang disediakan.

Seminar lainnya yang diadakan JHSP yaitu “*Environmental Education*” pada 30 April 2019 dan “*Japanese – Brazilian Dialogues – Contemporary Textile Poetics*” pada 3 September 2019. Pada seminar *Environmental Education*, JHSP bekerja sama dengan JICA (*Japan International Cooperation Agency*) khususnya *JICA Community Project* yang telah berjalan sejak 2017. Pada seminar ini dihadirkan pakar lingkungan dari Jepang dan Brazil. Dalam seminar ini dijelaskan mengenai proyek JICA yang mempromosikan edukasi mengenai lingkungan di kota Caçapava.¹⁷⁵

Berbanding terbalik dengan seminar, JHSP lebih rutin mengadakan *workshop*. Penulis melihat bahwa tema-tema yang diangkat dalam kegiatan *workshop* sedikit memiliki persamaan dengan tema yang diadakan dalam kuliah tamu. Hanya saja, seperti *workshop* pada umumnya, kegiatan yang dilakukan

¹⁷⁴ “O Sabor E a Beleza Do Saquê,” JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 27 November 2019, <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/saque.html>

¹⁷⁵ “Educação Ambiental,” JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 29 November 2019, <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/shimane.html>

lebih praktikal. Misalnya, *workshop* yang pertama kali diadakan oleh JHSP mengusung tema mengenai pengolahan bambu, yaitu “*Bamboo: Essentialy Empty and Potentially Creative*” pada 6 – 10 Juni 2017. Sebelumnya pun, dalam kegiatan kuliah tamu juga mengusung tema mengenai bambu.

Terhitung sejak awal pembukaan, JHSP sudah mengadakan lebih dari 20 *workshop*. Penulis melihat bahwa beberapa dari kegiatan *workshop* ini merupakan lanjutan dari kegiatan kuliah tamu atau pameran. Seperti *workshop* mengenai pembuatan kertas, kegiatan membungkus atau *wrapping*, membuat origami dan prakarya lainnya. *Workshop* memberikan wadah bagi para peserta untuk mengetahui lebih jauh mengenai seni dan kerajinan tradisional Jepang tidak hanya berupa teori melainkan lebih pada praktik pembuatannya. Dengan ini, pemahaman akan kerajinan tangan Jepang pun dapat diterima secara mendalam oleh para peserta. Penulis memberikan tabel kegiatan *workshop* yang telah diadakan JHSP pada lampiran.

5.3.3 Kegiatan Diskusi dan *Reading Club*

Kegiatan ini merupakan wadah diskusi bagi peserta diskusi dengan pembicara untuk saling bertukar pikiran. Isu-isu yang dibicarakan dalam kegiatan diskusi atau *chat* ini pun tidak jauh dari seni tradisional hingga kontemporer Jepang. Seperti misalnya diskusi yang diadakan pada 2 September 2019 dengan mendatangkan arsitek Junya Ishigami dan Martin Corullon yang mendiskusikan tentang konsep museum modern. Diskusi ini membicarakan tentang bagaimana institusi-institusi kultural seperti museum yang mulai memasukkan karakter-

karakter demokratis dan seni kontemporer untuk menarik audiens yang lebih luas.¹⁷⁶

Selain itu, seperti kegiatan-kegiatan lainnya, tema yang diusung dalam kegiatan diskusi ini juga mengenai kuliner Jepang. Seperti diskusi yang diadakan pada 11 April 2019 yang bertajuk “*Ramen or Lamen?*” . Dalam diskusi ini dihadirkan Telma Shiraishi yang juga mengatur restoran di JHSP untuk berbicara mengenai etimologi, sejarah dan popularitas makanan Jepang. Audiens dalam diskusi ini diajak untuk menceritakan pengalaman mereka terkait kuliner Jepang, baik sebagai penikmat atau pun pembuat.¹⁷⁷

Audiens yang ditargetkan dalam kegiatan ini bukan hanya untuk dewasa, melainkan juga anak-anak. Pada 12 Oktober 2018, untuk merayakan Hari Anak Sedunia, JHSP mengadakan kegiatan diskusi yang dapat dihadiri oleh anak-anak dengan pembacaan buku *Grandma Came from Japan*, sebuah buku cerita anak-anak dan menghadirkan para penulis untuk berinteraksi dengan audiens. Buku ini bercerita tentang empat kakek dan nenek dari Jepang yang menceritakan tentang budaya Jepang kepada cucu-cucu mereka. Acara ini pun disambung dengan *workshop* pembuatan origami untuk anak-anak.¹⁷⁸ Untuk kegiatan diskusi yang telah diadakan oleh JHSP akan penulis lampirkan di lembar lampiran.

JHSP pun juga mengadakan kegiatan *reading club* atau kelompok membaca yang diadakan secara rutin dan sudah mengadakan enam pertemuan. Kegiatan *reading club* direncanakan untuk dimulai pada Juni 2019 dan berakhir

¹⁷⁶ “Junya Ishigami E Martin Corullon,” JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 1 Desember 2019, <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/Ciclos3.html>

¹⁷⁷ “Ramen Ou Lamen?,” JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 1 Desember 2019 <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/ramen.html>

¹⁷⁸ “Bate-papo E Oficiante Do Livro: “vovo Veio Do Japao,” “Ramen Ou Lamen?,” JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 1 Desember 2019 <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/vovojapao.html>

pada November 2019. Kegiatan ini akan dilanjutkan pada tahun 2020 di bulan Februari dan Maret. Kegiatan ini hanya dibuat untuk delapan pertemuan dan dibentuk oleh Natasha B. Geenen, sebagai *Cultural Director* di JHSP. Buku-buku yang akan didiskusikan sudah diterjemahkan dari bahasa Jepang ke bahasa Portugis untuk pemahaman yang lebih luas.¹⁷⁹

Peserta dalam kegiatan ini pun terbatas, yaitu 25 orang untuk setiap pertemuan. Tanpa memungut biaya, peserta hanya diharuskan untuk mendaftarkan diri melalui website yang disediakan JHSP. Pertemuan pertama diadakan pada 27 Juni 2019 membahas mengenai buku *Memoirs of a Polar Bear* oleh Yoko Tawada. Buku-buku lain yang telah dibahas dalam kegiatan ini adalah *The Master of Go* oleh Yasunari Kawabata, *Killing Commendatore* oleh Haruki Murakami, *Convenience Store Woman* oleh Sayaka Murata, *Ayako* oleh Osamu Tezuka dan *The Pillow Book* oleh Sei Shônagon.¹⁸⁰

Penulis melihat bahwa dari kegiatan diskusi dan *reading club* yang bersifat dua arah ini, dapat menarik para peserta untuk datang ke JHSP. Kegiatan ini dapat menjadi wadah bagi para peserta untuk bertanya-tanya dengan para ahli mengenai tema yang diusung dalam kegiatan. Kegiatan ini dapat mewadahi masyarakat Brazil yang memiliki ketertarikan mengenai buku atau pun novel dari Jepang, yang mungkin tidak puas jika hanya disuguhi pameran atau seminar dan kegiatan ini pun dilakukan secara rutin dan terjadwal, sehingga menarik peserta untuk datang ke JHSP secara rutin.

¹⁷⁹ “1 Encontro: Memórias De Um Urso-polar @ Yoko Tawada,” “Bate-papo E Oficiante Do Livro: “vovo Veio Do Japao,” “Ramen Ou Lamen?,” JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 1 Desember 2019, <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/clubedolivro1.html>

¹⁸⁰ “EVENTOS,” JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 1 Desember 2019, <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/index.html>

Penulis berpendapat bahwa literatur-literatur Jepang merupakan salah satu instrumen yang cukup penting untuk menghindari informasi yang tidak sesuai mengenai Jepang atau bahkan propaganda. Dari buku-buku ini, pengunjung dapat mengetahui sejarah, tradisi dan budaya yang dimiliki Jepang. Bagaimana sebenarnya Jepang memiliki keindahan yang beragam dan bahwa Jepang sangat jauh dari militerisme.

5.2.4 Kegiatan Festival

Terdapat beberapa festival yang diadakan oleh JHSP, mulai dari festival seni hingga pemutaran film anime. Beberapa dari festival ini diadakan di luar JHSP dengan JHSP sebagai kordinator kegiatan. Seperti *Paulista Cultural* yang diadakan pertama kali di tahun 2018. Terinspirasi dari acara tahunan *Museum Mile* yang diadakan di New York, Amerika Serikat, *Paulista Cultural* merupakan festival hasil dari kerja sama antara insitusi budaya yang berada di pemukiman Paulista, yaitu JHSP, *Casa das Rosas*, *Fiesp Cultural Center*, *IMS Paulista*, *Itaú Cultural* dan MASP. Dalam festival yang diadakan hanya satu hari ini disediakan pementasan seni, musik, *visual arts*, literatur, fotografi hingga pemutaran film.¹⁸¹

Paulista Cultural diadakan pertama kali pada 11 Maret 2018 dan diadakan di sepanjang jalan Paulista, sebagai salah satu pusat kebudayaan kota Sao Paulo. Festival kedua diadakan pada 28 April 2019 dengan kordinator acara yang sama seperti festival sebelumnya. Festival ini terbuka untuk umum, bahkan pejalan kaki

¹⁸¹ “PAULISTA CULTURAL 2018,” JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 1 Desember 2019, https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/paulista_cultural.html

yang melintasi jalan Paulista. Dalam festival ini, JHSP menampilkan pemutaran film-film anime, seperti *5 Centimeters per Second* oleh Makoto Shinkai.

Gambar 9. Acara Paulista Cultural



Sumber: www.facebook.com/paulistaculturaloficial

Kegiatan festival lainnya yang diadakan JHSP adalah *Cultural Turn 2019*, yang diadakan pada 18 dan 19 Mei 2019. Festival ini terbagi menjadi beberapa acara. Acara pertama adalah pemutaran film anime yaitu *Toki Wo Kakeru Shoyo* atau *The Girl Who Conquered Time* yang distrudarai oleh Mamoru Hasoda. Film ini bercerita tentang Makoto Konno, seorang murid sekolah yang berusaha untuk tidak telat masuk sekolah. Konno memiliki kekuatan untuk menjelajahi waktu. Film kedua yang diputar adalah *Summer Wars* yang juga distrudarai oleh Mamoru

Haosda, mengenai seorang genius yaitu Kenji Koiso yang berusaha melawan peretas.¹⁸²

Selain pemutaran film anime, dalam festival ini juga diadakan pertunjukan piano oleh pianis asal Brazil yaitu Fábio Caramuru. Dalam pertunjukan ini Fábio akan berdialog melalui suara berbagai burung dari fauna Jepang yang diaransemen secara bersamaan dengan memainkan piano. Pertunjukan ini juga merupakan bagian dari proyek musik Fábio yaitu *EcoMúsica*.¹⁸³

Festival ketiga yang diadakan oleh JHSP adalah *Barrier Free - Festival of Accessibility and Artists with Disabilities* pada 17 Agustus hingga 22 September 2019. JHSP bekerja sama dengan *Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo* (SMC), *Secretaria Municipal de Pessoa com Deficiência* (SMPED) dan beberapa institusi budaya di Paulista. Festival ini diadakan untuk mempromosikan karya oleh seniman yang difabel, dengan tujuan untuk mengapresiasi karya mereka melalui teater, musik hingga tarian.¹⁸⁴

Melalui kegiatan festival ini, JHSP meluaskan target audiens dimana para pejalan kaki yang menyusuri sepanjang jalan Paulista pun dapat melihat isi dari festival ini. Dengan ini, tidak hanya pengunjung JHSP yang mendapatkan informasi terkait Jepang, melainkan penduduk Brazil pada umumnya. Penulis melihat ini adalah salah satu cara yang dilakukan JHSP untuk melaksanakan diplomasi publik Jepang.

¹⁸² “Virada Cultural 2019,” JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 1 Desember 2019, <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/virada2019.html>

¹⁸³ *Ibid.*

¹⁸⁴ “Sem Berreiras -. Festival De Acessibilidade E Artistas Com Defencia,” JAPAN HOUSE São Paulo, diakses pada 1 Desember 2019, <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/festaccess.html>

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dalam melakukan diplomasi publik, pemerintah Jepang memiliki tujuan yang berbeda-beda dan berkembang seiring berjalannya waktu. Awal dari perkembangan diplomasi publiknya, Pemerintah Jepang berusaha untuk menghilangkan *image* sebagai negara militaris yang menggunakan perang untuk menyelesaikan konflik internasional dan ingin dikenal sebagai negara pasifis dan demokratis. Berlandaskan dengan tujuan-tujuan ini, Pemerintah Jepang pun mulai berusaha memperluas relasi dengan komunitas internasional untuk mendorong terbentuknya kerja sama yang baik.

Memasuki tahun 2015, Pemerintah Jepang dalam menjalankan diplomasi publiknya, berdasarkan pada keinginan untuk memberikan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai Jepang kepada publik negara lain. Selain itu, Pemerintah Jepang juga ingin menunjukkan bahwa Jepang memiliki daya tarik yang beragam, baik melalui seni dan tradisi yang ada di masyarakat Jepang. Sehingga terbentuklah *Japan House* yang tersebar di tiga negara, Amerika Serikat, Inggris dan Brazil.

Pada penelitian ini, penulis berfokus pada proses diplomasi publik Pemerintah Jepang ke Brazil melalui *Japan House São Paulo* (JHSP). Dalam meneliti proses diplomasi publik ini, penulis menggunakan tiga dimensi diplomasi publik oleh Mark Leonard, yaitu *news management*, *strategic communications* dan *relationship building*. Dari tiga dimensi ini, penulis menarik kesimpulan

bahwa dalam proses diplomasi publik Pemerintah Jepang ke Brazil melalui JHSP, hanya dua dimensi yang dilakukan.

Pemerintah Jepang tidak melakukan dimensi pertama, yakni dimensi *news management* karena tidak adanya proses menginformasikan kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan Pemerintah Jepang secara rutin melalui JHSP kepada publik di Brazil. Dimensi yang dilakukan oleh Pemerintah Jepang melalui JHSP adalah dimensi kedua, yakni *strategic communications* atau pesan-pesan strategis.

Pesan-pesan yang dimaksud adalah bagaimana Jepang memiliki daya tarik yang beragam dan terikat dengan tradisi yang dimiliki oleh masyarakat Jepang. Pesan-pesan ini terkandung dalam simbol dan *substances of Japan*. Melalui ini, dapat diketahui nilai-nilai apa saja yang Jepang miliki. Ada pun *newsletter* yang mempermudah pelanggan untuk mengetahui kegiatan yang telah dilakukan JHSP dan mempromosikan kegiatan mendatang.

Selanjutnya dengan dimensi yang ketiga yaitu *relationship building*, penulis melihat JHSP melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat menjaga hubungan antara Jepang dan Brazil agar bertahan dan lebih baik. Kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh JHSP adalah seminar, *workshop*, sesi diskusi, kuliah tamu, *reading club* hingga festival. Penulis menemukan bahwa JHSP sudah mengadakan banyak kegiatan kuliah tamu dengan berbagai tema dan juga kegiatan lainnya. Kegiatan-kegiatan ini terbuka untuk umum, gratis dan beberapa diantaranya terjadwal. Dengan ini, pengunjung dapat semakin rutin mengunjungi JHSP untuk mendapatkan pemahaman lebih mengenai Jepang.

Dalam penelitian ini, penulis akhirnya menarik kesimpulan bahwa untuk memberikan pengetahuan lebih mendalam mengenai Jepang dan menghindari

ketakutan pemerintah Jepang akan adanya informasi yang menyimpang bahkan propaganda dari negara lain melalui *Japan House São Paulo*, dimensi-dimensi yang dilakukan adalah dimensi *strategic communications* dan *relationship building*.

Penulis melihat dalam diplomasi publik ini, Jepang banyak memasukkan unsur sejarah, tradisi dan budaya melalui dimensi-dimensi yang dilakukan. Melihat tujuan dalam diplomasi publik ini, yaitu memberikan pengetahuan lebih dan menghindari informasi menyimpang oleh negara lain, maka melalui *strategic communications* dan *relationship building*, Jepang ingin memberikan informasi mengenai daya tarik Jepang yang terkandung dalam sejarah, tradisi dan budayanya.

6.2 Saran

Setelah melakukan penelitian ini, penulis memiliki saran kepada penelitian selanjutnya untuk melakukan lebih mendalam mengenai diplomasi publik Jepang melalui *Japan House* di Brazil. Diharapkan agar penelitian selanjutnya dapat meneliti isu ini melalui kacamata dan sudut pandang lain, seperti misalnya kepentingan nasional atau motif yang dimiliki Jepang dalam melakukan diplomasi publik *Japan House*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Leonard, Mark. *Re-Ordering the World: the Long-Term Implications of 11 September*. London: Foreign Policy Centre, 2002.
- Mas'ood, Mohtar. *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: LP3ES, 1990.
- Melissen, Jan. *Understanding Public Diplomacy in East Asia*. New York, UNITED STATES: Palgrave Macmillan, 2015.
- Nye, Joseph S. *Soft Power: the Means to Success in World Politics*. New Delhi: Knowledge World, 2012.
- Snow, Nancy, and Philip M. Taylor. *The New Public Diplomacy Handbook*. London: Routledge, 2009.
- Vyas, Utpal. *Soft Power in Japan-China Relations: State, Sub-State and Non-State Relations*. London: Routledge, 2013.

Jurnal

- Foreign Policy. Diplomatic Bluebook 2017 | Ministry of Foreign Affairs of Japan. Diakses pada 2 Desember, 2019. <https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/index.html>.
- Foreign Policy. Diplomatic Bluebook 2018 | Ministry of Foreign Affairs of Japan. Diakses pada 26 Agustus, 2019. <https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/index.html>.
- Foreign Policy. Diplomatic Bluebook 2019 | Ministry of Foreign Affairs of Japan. Diakses pada 16 November, 2019. <https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/index.html>.
- Gurgu, Elena, and Aristide Dumitru Cociuban. "New Public Diplomacy and Its Effects on International Level." *Journal of Economic Development, Environment and People*5, no. 3 (2016): 46. <https://doi.org/10.26458/jedep.v5i3.506>.
- Mcdowell, Michael. "JAPAN HOUSE: New Public Diplomacy Initiative Grows Awareness & Appreciation of Japan" *Japan Spotlight Journal*, (2018).
- Mubah, A. Safril. "Japanese Public Diplomacy in Indonesia: The Role of Japanese Agencies in Academic Exchange Programs between Japan and Indonesia." *Jurnal*

Global & Strategis 13, no. 1 (August 2019): 37.
<https://doi.org/10.20473/jgs.13.1.2019.37-50>.

Petrova, Gadjeva Nadejda. *Japan's Public Diplomacy in Practice: The case of Bulgaria*. Ritsumeikan University: Bulgaria, 2018.

Pugliese, Giulio. *Japan 2014: Between A China Question And A China Obsession*. Heidelberg University, 2015.

Vanc, Antoneta. *The Relationship Management Process of Public Diplomacy: U.S. Public Diplomacy in Romania*. Tennessee Research and Creative Exchange, 2010.

Website

About I-House: IHJ.” 日本語. Diakses pada 15 Desember 2019. <https://www.i-house.or.jp/eng/about/index.html>.

About Us. The Japan Foundation - About Us. Diakses pada 4 September 2019. <https://www.jpf.go.jp/e/about/>.

BAMBU – HISTÓRIAS DE UM JAPÃO. JAPAN HOUSE (São Paulo). Diakses pada 25 Oktober, 2019. <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/BambuHistriasDeUmJapao.html>.

Ceramics: STORIES: JAPAN HOUSE. Ceramics | STORIES | JAPAN HOUSE. Diakses pada 16 Oktober, 2019. <https://www.japanhouse.jp/en/stories/11-toujiki.html>.

Ceremony Marks 60th Anniversary of Japan's Development Assistance to Brazil. The Japan Times. Diakses pada 11 Januari, 2020. <https://www.japantimes.co.jp/news/2019/11/05/national/60-years-japan-oda-brazil/#.XiS7LS2B1QI>.

Dogs: STORIES: JAPAN HOUSE. Dogs | STORIES | JAPAN HOUSE. Diakses pada 16 Oktober, 2019. <https://www.japanhouse.jp/en/stories/10-dog.html>.

ESPAÇO MULTIMÍDIA. JAPAN HOUSE(São Paulo). Diakses pada 5 November, 2019. <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/visit/MultimediaSpace.html>.

EVENTOS. JAPAN HOUSE(São Paulo). Diakses pada 27 November, 2019. <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/index.html>.

Hongo, Jun. “'Nikkei' Craft Own Unique Ethnicity, Samba to Manga.” The Japan Times. Diakses pada 27 Oktober, 2019. <https://www.japantimes.co.jp/news/2008/06/19/national/nikkei-craft-own-unique-ethnicity-samba-to-manga/#.Xd18KJMzboQ>.

- Hot Spring (Onsen): STORIES: JAPAN HOUSE. Hot spring (Onsen) | STORIES | JAPAN HOUSE. Diakses pada 16 Oktober, 2019. <https://www.japanhouse.jp/en/stories/06-onsen.html>.
- Japan House London. Do you know the meaning behind our logo?... - Japan House London. Diakses pada 15 Oktober, 2019. <https://www.facebook.com/japanhouseldn/photos/do-you-know-the-meaning-behind-our-logo-it-is-a-single-horizontal-brushstroke-an/753329014834327/>.
- Japan House Sao Paulo - 2019 All You Need to Know BEFORE You Go (with Photos). TripAdvisor. Diakses pada 12 September, 2019. https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g303631-d12448544-Reviews-Japan_House_Sao_Paulo-Sao_Paulo_State_of_Sao_Paulo.html#REVIEWS.
- Japan House Sao Paulo Welcomes 770,000 Visitors in 1st Year. nippon.com, March 6, 2019. <https://www.nippon.com/en/news/yjj2018051700952/japan-house-sao-paulo-welcomes-770-000-visitors-in-1st-year.html>.
- JAPAN HOUSE(São Paulo). Diakses pada 20 Juni, 2019. <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/>.
- Junya Ishigami e Martin Corullon. JAPAN HOUSE(São Paulo). Diakses pada 1 Desember, 2019. <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/Ciclos3.html>.
- Lacquerware: STORIES: JAPAN HOUSE. Lacquerware | STORIES | JAPAN HOUSE. Diakses pada 16 Oktober, 2019. <https://www.japanhouse.jp/en/stories/05-shikki.html>.
- Lopes, Dawisson. “Japan-Brazil Cooperation: Flawed by Design?”. The Diplomat. Diakses pada 28 Juli 2019. <https://thediplomat.com/2017/05/japan-brazil-cooperation-flawed-by-design/>
- MAFF (Ministério Da Agricultura, Silvicultura e Pesca) Realiza Eventos Na JHSP. JAPAN HOUSE(São Paulo). Diakses pada 15 Oktober, 2019. <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/news/MAFF.html>.
- Marshall, Euan. “Japan House: The Brazillian Museum Everyone’s Talking About.” The Culture Trip. Diakses pada 24 Mei 2019. <https://theculturetrip.com/south-america/brazil/articles/japan-house-the-brazilian-museum-everyones-talking-about/>
- Nihonshu: STORIES: JAPAN HOUSE. Nihonshu | STORIES | JAPAN HOUSE. Diakses pada 16 Oktober, 2019. <https://www.japanhouse.jp/en/stories/07-sake.html>.
- O Projeto. JAPAN HOUSE(São Paulo). Diakses pada 10 September, 2019. <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/what/index.html>.

- Paper: STORIES: JAPAN HOUSE. Paper | STORIES | JAPAN HOUSE. Diakses pada 16 Oktober, 2019. <https://www.japanhouse.jp/en/stories/01-washi.html>.
- Paulista Cultural. Foto: Ariel Martini - Paulista Cultural. Diakses pada 1 Desember, 2019. <https://www.facebook.com/paulistaculturaloficial/photos/a.1005898022946412/1005900912946123/?type=3&theater>.
- PAULISTA CULTURAL. JAPAN HOUSE(São Paulo). Diakses pada 1 Desember, 2019. https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/paulista_cultural.html.
- Ramen Ou Lamen? JAPAN HOUSE(São Paulo). Diakses pada 1 Desember, 2019. <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/ramen.html>.
- Robots: STORIES: JAPAN HOUSE. Robots | STORIES | JAPAN HOUSE. Diakses pada 15 Oktober, 2019. <https://www.japanhouse.jp/en/stories/02-robotics.html>.
- SABOR MIRAI. JAPAN HOUSE(São Paulo). Diakses pada 1 November, 2019. <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/cafe/index.html>.
- São Paulo é Escolhida Para Sedar a JAPAN HOUSE, Espaço Que Mostrará o Japão Contemporâneo. JAPAN HOUSE(São Paulo). Diakses pada 10 Oktober, 2019. https://www.japanhouse.jp/saopaulo/news/page1031_00008.html.
- Sem Barreiras - Festival De Acessibilidade e Artistas Com Deficiência. JAPAN HOUSE(São Paulo). Diakses pada 1 Desember, 2019. <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/festaccess.html>.
- Stanislaus, Warren. "Japan is Using Cultural Diplomacy to Reassert Its Place in the World – but Is the Message Too Exclusive?". The Conversation. Diakses pada 10 Desember 2018. <http://theconversation.com/japan-is-using-cultural-diplomacy-to-reassert-its-place-in-the-world-but-is-the-message-too-exclusive-106463>.
- The 9th Japan-Singapore Symposium. Ministry of Foreign Affairs of Japan. Diakses pada 15 Desember, 2019. https://www.mofa.go.jp/region/page3e_000004.html.
- Encyclopaedia Britannica. "John D. Rockefeller III." Encyclopædia Britannica. Encyclopædia Britannica, inc., July 8, 2019. <https://www.britannica.com/biography/John-D-Rockefeller-III>.
- Virada Cultural 2019. JAPAN HOUSE(São Paulo). Diakses pada 1 Desember, 2019. <https://www.japanhouse.jp/saopaulo/event/virada2019.html>.
- Washoku: STORIES: JAPAN HOUSE. Washoku | STORIES | JAPAN HOUSE. Diakses pada 15 Oktober, 2019. <https://www.japanhouse.jp/en/stories/08-washoku.html>.

Wrapping: STORIES: JAPAN HOUSE. Wrapping | STORIES | JAPAN HOUSE. Diakses pada 15 Oktober, 2019. <https://www.japanhouse.jp/en/stories/09-tsutsumu.html>.

Ward, Alex. "Japan: the Rise of Its New Militarism Could Change the World." Vox. Vox, April 30, 2019. <https://www.vox.com/2019/4/30/18100066/japan-shinzo-abe-sdf-emperor-china>.

LAMPIRAN

**LAMPIRAN 1 – DAFTAR KEGIATAN KULIAH TAMU, DISKUSI DAN
WORKSHOP OLEH JAPAN HOUSE SAO PAULO**

No.	Judul Kuliah Tamu	Tanggal Pelaksanaan
1	<i>Make Hands</i>	11 Mei 2017
2	<i>Movia and Lecture: Princess Kaguya's Tale</i>	3 Juni 2017
3	<i>SHOJIN RYORI KITCHEN</i>	10 Juni 2017
4	<i>Japan: Tradition and Music</i>	11 Juni 2017
5	<i>The Invisible and Visible of Paper</i>	5 Agustus 2017
6	<i>Paper Design</i>	16 Agustus 2017
7	<i>The Satoyama Philosophy in Narisawa Kitchen</i>	19 September 2017
8	<i>Kohei Nawa: Material Sensations</i>	22 September 2017
9	<i>Photography in Gastronomy</i>	3 Oktober 2017
10	<i>Japan's Economic Diplomacy in Latin America</i>	19 Oktober 2017
11	<i>Lecture on Saké with one of Brazil's greatest experts</i>	31 Oktober 2017
12	<i>Kokedama and Kusamono</i>	2 Desember 2017
13	<i>CERAMICS with Hideko Honma</i>	9 Desember 2017
14	<i>Workshop and Lecture by KOJO RISA</i>	25 Februari 2018
15	<i>Olfactory Art with Maki Ueda</i>	6 Juni 2018
16	<i>Kampo Medicine History and Culinary</i>	3 Juli 2018
17	<i>CHAWAN PROJECT</i>	27 Juli 2018
18	<i>Yukio Mishima – Kabuki, The Meiji Era and Brazil</i>	22 Agustus 2018
19	<i>Fragrance and Aroma Technologies</i>	28 Agustus 2018
20	<i>Athlete Nutrition with Dr. Caroline Yoshioka</i>	8 – 9 September 2018
21	<i>Japanese Incense, Wood and Odor</i>	18 September 2018
22	<i>Dashi: The Authentic Taste of Japan</i>	17 Oktober 2018
23	<i>Lecture with Kunihiko Morinaga, Founder of Anrealage</i>	06 November 2018
24	<i>MicBR at JAPAN HOUSE São Paulo</i>	06 November 2018
25	<i>The Washoku Concept with Telma Shiraishi</i>	13 Desember 2018
26	<i>In Praise of the Shadow by Junichiro Tanizaki</i>	14 Desember 2018
27	<i>Lecture with Kenya Hara and Julia Huang</i>	19 Januari 2019
28	<i>Lecture with WOW Creative Studio</i>	22 Januari 2019
29	<i>New Looks, New Scales: Your Design for Dog House</i>	29 Januari 2019
30	<i>Types of Japanese Teas, Differences and Taste</i>	12 Februari 2019
31	<i>Japan: Navigating the Trump Years</i>	13 Februari 2019
32	<i>Japanese Museums and ICOM Kyoto 2019</i>	21 Februari 2019

33	<i>Menrui: The Variety of Pasta in Japanese Cuisine with Telma Shiraisihi</i>	21 Maret 2019
34	<i>Contemporary Crafts of Japan</i>	23 April 2019
35	<i>Lecture and Debate between Hiroishi Sambuichi and Vinicius Andrade</i>	2 Mei 2019
36	<i>Emperor, the Symbol of the Japanese People</i>	9 Mei 2019
37	<i>Hyogo Nori & Sake</i>	17 Mei 2019
38	<i>Aoori: Mother Province of Fuji Apple and Nebuta Carnival</i>	1 Juni 2019
39	<i>Shiga: Cultural Update Within Design</i>	2 Juni 2019
40	<i>Toyama: The Four Seasons of Toyama</i>	8 Juni 2019
41	<i>Nara: Shojin Ryori Buddhist Cooking Philosophy</i>	9 Juni 2019
42	<i>Hokkaido: Hokkaido Kombu and the Art of Shojin Ryouri</i>	13 Juni 2019
43	<i>Visit Wakayama and Mie</i>	14 Juni 2019
44	<i>Oita: A Dip in the Land of Onsens</i>	16 Juni 2019
45	<i>Kagoshima: Knowing the Province through 5 senses</i>	21 Juni 2019
46	<i>Shizen Yutakana Jooshuji – Gunma’s Natural Riches</i>	22 Juni 2019
47	<i>Yamaguchi: Western Kyoto in Seven Days</i>	21 Juni 2019
48	<i>Meet ishikawa Through Your Art and History</i>	25 Juni 2019
49	<i>Kyoto: The Cultural Cradle of Japan</i>	30 Juni 2019
50	<i>Chiba: Shoyu Prefecture</i>	28 Juni 2019
51	<i>Gifu: Nature and Tradition in Harmony</i>	3 Juli 2019
52	<i>Visit Okayama: Nature’s Art Meeting Point</i>	4 Juli 2019
53	<i>Mio Suzuki, Japan Exhibition Artist 47 Craftsmen</i>	6 Juli 2019
54	<i>Yoshitaka Haba, JHSP Library Curator</i>	10 Juli 2019
55	<i>Aichi: From Shogunato to Levitation Train</i>	12 Juli 2019
56	<i>Japan for The Cuisine of Its 47 Provinces</i>	18 Juli 2019
57	<i>Tokyo 2020: Attractions of the Olympics in Japan</i>	19 Juli 2019
58	<i>Yamagata Prefecture</i>	21 Juli 2019
59	<i>Ikebana as a “DŌ”</i>	1 Agustus 2019
60	<i>Ikebana These Days</i>	2 Agustus 2019
61	<i>DŌ: The Practice of KADŌ</i>	4 Agustus 2019
62	<i>Ahinaga: International Internship Program 2020</i>	7 Agustus 2019
63	<i>Hiroshima and Nagasaki: Peace Week</i>	10 – 11 Agustus 2019
64	<i>Reiko Sudo: NUNO Designer</i>	20 Agustus 2019
65	<i>The Millennial in Contemporary Design: The Japanese Influence in the Atelier oï</i>	21 Agustus 2019
66	<i>Japanese Indigo – From Origin to Contemporary</i>	23 Agustus 2019
67	<i>Yukidaruma of Hokkaido Snowman</i>	25 Agustus 2019

68	<i>KWAIDAN – Pictures of Hiroshi Watanabe</i>	27 Agustus 2019
69	<i>Writer Kanae Minato</i>	31 Agustus 2019
70	<i>Japan Scholarship and Internship</i>	07 September 2019
71	<i>Kazuyo Sejima (SANAA)</i>	09 September 2019
72	<i>Ikebana's Poetics</i>	27 September 2019
73	<i>Distilling the Flavors of Japan</i>	25 September 2019
74	<i>The Passage of Time in the Sankai Juku Dance</i>	28 September 2019
75	<i>Rugby and the World Cup in Japan</i>	9 Oktober 2019
76	<i>The Ramen Path, Soul Food</i>	11 Oktober 2019
77	<i>ICOM Kyoto 2019: Brazilian Participation and Debates on the New Museum Definition</i>	15 Oktober 2019
78	<i>Respect and Citizenship: What Do the Japanese Have to Teach Us?</i>	30 Oktober 2019
79	<i>Lecture with Tadashi Kawamata</i>	31 Oktober 2019
80	<i>The Contemporary Katazome and the Rescue of Manual Labor</i>	2 – 3 November 2019
81	<i>The Manga Market in Brazil</i>	07 November 2019
82	<i>The Manga Universe in Brazil</i>	11 November 2019
83	<i>Manga is Also Digital</i>	12 November 2019
84	<i>The Formation of Japanese Cuisine in the Paulistano Setting by the Great Masters</i>	21 November 2019
85	<i>Drawing Live Manga</i>	7 – 27 November 2019
86	<i>The Art of Manga Influencing National Production</i>	27 November 2019
87	<i>Guilherme Wisnik Talks About Tadao Ando (akan diadakan)</i>	3 Desember 2019

No.	Tema Diskusi/Chat	Tanggal Pelaksanaan
1	<i>Chat and Book Workshop: "Grandma Came From Japan"</i>	12 Oktober 2018
2	<i>Ramen or Lamem?</i>	11 April 2019
3	<i>WOW x BijaRi</i>	25 April 2019
4	<i>Ikebana's Books Released in Brazil</i>	3 Agustus 2019
5	<i>IZEKAYA: A Spin for Japanese Bar Culture</i>	15 Agustus 2019
6	<i>Tsuyoshi Tane and Thiago Bernardes</i>	8 Agustus 2019
7	<i>Junya Ishigami and Martin Corullon</i>	2 September 2019
8	<i>Chat about Sayaka Murata's Book "Dear Konbini" [Konbini Ningen]</i>	19 September 2019
9	<i>The Culture of Fermentation in Japan</i>	19 September 2019

No.	Judul <i>Workshop</i>	Tanggal Pelaksanaan
1	<i>Bamboo Jewelry</i>	13 Mei 2017
2	<i>Furoshiki: The Ancient Art of Wrapping</i>	18 Agustus 2017
3	<i>Fukoro-Toji Binding: Kangxi</i>	5 Agustus 2017
4	<i>Fukoro-Toji Binding: Kangxi</i>	23 September 2017
5	<i>Fukoro-Toji Binding: Kikko Toji</i>	28 Oktober 2017
6	<i>Furoshiki: The Ancient Art of Wrapping Fabric Objects</i>	8 November 2017
7	<i>Asa-no-ha Toji (Hemp Leaf) Binding</i>	25 November 2017
8	<i>KOJO RISA</i>	24 - 25 Februari 2018
9	<i>Chat and Book Workshop: "Grandma Came From Japan"</i>	12 Oktober 2018
10	<i>元 元 Dimension: Construction of Solar Lampaão with Liter of Light</i>	8 Desember 2018
11	<i>Furoshiki: The Millennial Art of Wrapping Objects with Tissues</i>	13 Desember 2018
12	<i>Hinoki Spoons @ Mio Suzuki</i>	5 - 6 Juni 2019
13	<i>Ikebana Workshop with Paper Flowers</i>	12 - 28 Juli 2019
14	<i>Ikebana for Children</i>	20-31 Juli 2019
15	<i>Basic Origami</i>	14 September 19
16	<i>Archeology of Paulista Avenue</i>	8 September 2019
17	<i>NUNO Children's Workshop</i>	19-20 Oktober 2019

**LAMPIRAN 2 – PIDATO TARO KONO DI *JAPAN HOUSE SAO PAULO*
PADA 20 MEI, 2018**

**Policy Speech by Mr. Taro Kono, Minister for Foreign Affairs of
Japan,
in Japan House Sao Paulo
(20 May 2018)**

May 20, 2018

[Japanese](#)

[Español \(PDF\)](#)

[Português \(PDF\)](#)



It is my great honor to speak here at the Japan House in Sao Paulo today. This is my first visit to Latin America, both personally and as Foreign Minister.

From here I will go to Buenos Aires this afternoon for the G20 Foreign Ministers' Meeting. The Foreign Minister of Argentina called me last week about this G20 meeting, and at the end of the conversation he said he was looking forward to my visit so much because my visit would be the first one in 24 years by a Foreign Minister of Japan.

And he added "it's funny the name of the last Japanese Foreign Minister who visited Argentina was also Kono, just like yours."

I had to say "Minister, of course it is Kono. He is my father." One Foreign Minister's visit in one generation! We must do better than that. I am asking Finance Minister to buy me an airplane so that I can fly around. It could be small but must be able to fly long distance.

My father also came to Brazil, but I am relieved to say my immediate predecessor Mr. Kishida also visited Brazil. So it's not the first time in 24 years. My father came back to Brazil once again accompanying Their Majesties the Emperor and the Empress. After the trip, my father told me how enthusiastically Their Majesties were received in Brazil. We really appreciate it, and I am very happy to know that Her Imperial Highness Princess Mako is planning to visit Brazil for the celebration of the 110th anniversary of Japanese immigration to Brazil.

On Thursday last week I welcomed your Foreign Minister, His Excellency Mr. Aloysio Nunes Ferreira, into my office and we had lunch together. I guess he already has his own airplane. We affirmed our commitment to the bilateral relationship and closer cooperation between Japan and Brazil.

Ladies and gentlemen,

We celebrate the 110th anniversary of Japanese immigration to Brazil this year. Today, 1.9 million Japanese-Brazilians live in Brazil, while 180 thousand Brazilians live in Japan. During my conversations with young Japanese-Brazilians last night, I was most impressed by their active role in this country and their pride in both being Brazilian and also having roots in Japan.

We never forget that your trust towards Japan is based on the constant contributions of those Japanese immigrants and their Nikkei descendants to the local communities in this country. We are very appreciative of that.

That is why Japan opened the first-ever Japan House in the world one year ago here in Sao Paulo. We hope it serves as a bridge that connects our two countries which are located on opposite sides of this planet, separated by a 24 hour flight. I came via Dubai, and actually it took 27 hours. This Japan House welcomed over 770 thousand visitors since its opening. I just went upstairs and checked the number. It's actually 789 thousand today. Japan House provides opportunities for everyone to be acquainted with Japan's charming features, as well as its contribution to the world.

So now, I would like to take this opportunity to share and exchange our views on global challenges and Japan's efforts to address them, as well as the new stage of collaboration with Latin America and the Caribbean countries.

The Latin America and the Caribbean region and Japan share fundamental values such as democracy, rule of law, human rights and market economy.

The liberal international order based on these common values led to the peace and prosperity of today's world.

Yet this international order is now faced with some serious challenges, and the foundations of development and prosperity are being undermined today.

We believe that economic growth will enhance democracy in a country. Japan has made contributions to the world through government assistance based on this premise. The world has seen tremendous economic growth recently, but unfortunately, the number of democratic countries are not on the rise at the same rate.

We are now watching populists and extremists taking over the political scenes all over the world and, in some countries, new dictators taking over the government for their own good.

I still have faith that real market economy leads to democracy as the middle class it creates will eventually crave for political freedom.

But the state capitalism would not. State capitalism creates a new class whose success has depended on their connection with the existing government. If your success is tied to the existing system or government, why would you demand democracy or free election which might lead to a change in government?

We need to work together so that we can keep the flag of democracy high and waving.

I came to the Parliament back in 1996. And back then, Japan was still trying to build a wall around itself to protect its agriculture and other weak industries. I still remember we had a free trade negotiation with Singapore. Because Singapore is so small and has almost no agriculture, we thought it would be a good partner for our first free trade negotiation. But someone accidentally found out that Singapore has a goldfish industry. Oh no, it could be a threat to our goldfish industry. So, tiny, tiny goldfish delayed our negotiation of free trade for six months.

It has been twenty years since then, and Japan went through two decades of economic downturn and deflation. We learned lessons the hard way, and now Japan is calling on the world to protect the free trade. Japan and the United States, together with likeminded countries, set out to create a new international order for trade and investment and other economic rules fit for the 21st century in Asia-Pacific. It was also to create a new strategic order in the region.

The Abe government and the ruling Liberal Democratic Party spent big political capital to convince farmers and some industries that we could no longer close our economy if we want to increase the productivity of the country.

It was very shocking to us when the Trump Administration decided to make a U turn, but the eleven other countries were determined to spread the gospel of free trade in the Asia-Pacific.

TPP 11 will enter into force soon. Although its name is "Trans-Pacific" partnership there is no regional requirement in the treaty. We may have to change its name from "Trans-Pacific" to "Trump-Pacific" in order to get the US back to the treaty, but the United Kingdom is already showing its interest to join the TPP11. So, I would like to welcome Brazil and the other Latin American and Caribbean countries to join the TPP.

We are now talking to the United States about how we all need to stand firm with the WTO, which has been the cornerstone of the free trade regime. It is also true that the WTO needs some mending and updating, such as e-commerce and intellectual property rights, I am sure we can work it out.

Although protectionism and inward-thinking tendencies are still seen in places, Japan will remain unwavering in its belief that a free and open international economic system assures the prosperity of the world.

It is true that the advancement of economic globalization and innovation has brought about social discontent and anxiety due to expanding inequality. But dictatorship, populism, extremism or protectionism can never be real answer to that.

The commercial relationship between Japan and Latin America and the Caribbean countries have been expanding remarkably in recent years. The number of Japanese business establishments in the region has nearly doubled in the last 5 years, which has contributed to the strong global supply chains of Japanese corporations.

Latin America is situated in a strategic location for marine transportation, including the Panama Canal and the Strait of Magellan. Both LAC countries and Japan enjoy the blessings of the ocean. We need to work together to maintain the free and open maritime order based on universally recognized principles of international law, including those reflected in the United Nations Convention on the Law of the Sea (UNCLOS).

Japan is now trying to maintain free and open maritime order based on the rule of law from the east coast of Africa to the west coast of North and South Americas through the Middle East, Indian subcontinent, ASEAN countries, the Pacific Island Countries, Australia and New Zealand.

We aim to ensure stability and prosperity of the international community by making a free and open Indo-Pacific as global commons, through for example, increasing connectivity with high quality infrastructure, and capacity building for law enforcement, counter-terrorism and disaster management. Japan is open to cooperate with any country if we can share this vision.

If Latin America and Asia have a stronger connection, there will be different opportunities and possibilities. We expect your strong support and cooperation.

The history of cooperation between Japan and LAC countries shows a model of sustainable development. For example, PRODECER, a joint project between Japan and Brazil started in 1979, developed "Cerrado" in the Brazil's mid-west into the largest agricultural region in the southern hemisphere, transforming Brazil into a grain belt for soybeans. This so called "Miracle of the Cerrado", which contributed not only to social and economic development in Brazil but also to global food security.

Well, it doesn't stop there. Today, the spirit of sustainable development is expanding beyond this continent. Japan and Brazil together are now promoting sustainable development in other countries, such as Mozambique and Angola, providing knowledge from our shared experience. We expect that our partnership will play a more active role for the development of the rest of the world.

A stable security environment is the foundation of our prosperity. Coping effectively with actual threats is any governments' utmost concern.

North Korea's nuclear and missile development is a common threat to peace and security of the international community. Japan welcomes North Korea's intention towards complete denuclearization, which was confirmed at the Inter-Korean Summit last month.

But, there is still a long way to go before achieving our common goal of North Korea's so called CVID; complete, verifiable, and irreversible dismantlement of all weapons of mass destruction (WMD), including biological and chemical weapons, ballistic missiles of all ranges, and its related facilities.

A US-South Korean joint military exercise was started on May 11, and North Korea certainly knew it. On May 15 North Korea accepted an offer from the South Korean government to hold another round of ministerial talk and proposed to hold it the next day, only to cancel the meeting early next morning citing the US-Korean joint military exercise. So North Korea is already starting playing game.

In order to urge North Korea to take concrete actions toward our goal through the upcoming US-North Korea Summit next month in Singapore, we have to maintain pressure against North Korea through the economic sanctions based on the UN Security Council Resolutions, and must not make a mistake on the timing of easing sanctions.

The United Nations Security Council makes important decisions such as the sanctions against North Korea. But this Security Council does not reflect the reality of today's world.

If we are to address our security concerns more effectively, the Security Council needs to be reformed to reflect the realities of the 21st century. Japan is working very closely with Brazil as members of the G4, and is ready to work more closely with other LAC countries to achieve our common goal.

Next year, Japan will take over the presidency of the G20 from Argentina, and Chile will host APEC. We can assume Japan and Latin America and the Caribbean will play bigger roles and cooperate more and more in the international arena.

Japan and LAC countries are entering into a new stage of collaboration. To address global issues, we pursue the networking of like-minded nations. Again, I call for partnership with LAC countries, including the regional and sub-regional organizations, such as Mercosur, the Pacific Alliance, CARICOM and SICA.

Based on the common values we share and our long-lasting friendship of over 100 years, Prime Minister Shinzo Abe, during his visit to Latin America in 2014, announced three guiding principles for cooperation with Latin America and the Caribbean, composed of "progredir juntos", "liderar juntos" and "inspirar juntos". We would like to expand our relationship on these "juntos!!".

Finally with my promise that Japan's Foreign Minister will visit Brazil more often and regularly, I conclude my speech with thankfulness and hope for our future relationship.

Thank you very much.

LAMPIRAN 3 – NEWSLETTER ATAU BULETIN DARI JAPAN HOUSE SAO PAULO

21/12/2019

Gmail - JHSP at the Anniversary of Av. Paulista



Dianita Edwina Napitupulu <diannapitupulu70@gmail.com>

JHSP at the Anniversary of Av. Paulista

1 message

Japan House São Paulo <dia@jhsp.com.br>
Reply-To: Japan House São Paulo <dia@jhsp.com.br>
To: diannapitupulu70@gmail.com

Tue, Dec 3, 2019 at 8:34 PM

newsletter //
03 to 16 December 2019

poster exhibitions //



This is MANGÁ - The art of Naoki Urasawa

From October 29, 2019 to January 5, 2020

The universe of comics invaded JHSP with the exhibition “**This is Manga - The art of Naoki Urasawa**”. The show features the illustrations and manga by the award-winning Japanese artist and is part of the itinerant project of the global **Japan House** initiative , already shown in **Los Angeles and London**.

[+ Learn more.](#)



Chiharu Shiota | Installation: Internal Line

From November 13, 2019 to February 2, 2020

For this installation, the artist highlights the thread that comes from the heart and creates a universe of connections. **“I believe that we are all connected. You may not see it with your eyes, but if you could, you would see that humans are all connected,”** he says.

The installation also evokes the concept of a physical presence, of a body that accumulates memories, represented by red dresses that symbolize the second skin, regardless of nationality or color, that accompanies us in our life and becomes the accumulation of memories collected daily.

[+ Learn more.](#)

schedule //



pritzker project //

Guilherme Wisnik talks about Tadao Ando

December 3rd, 2019, at 19h

Tadao Ando was valued internationally as an exponent of the so-called "critical regionalism", an architectural aspect that opposes the spread of globalization and *high tech* through the preservation of traces of local and ancestral culture.

In this lecture, professor and researcher **Guilherme Wisnik** will approach this theme through the question of shadow and light in the work of the Japanese architect.

[+ Learn more.](#)



interactive action //

Memories at Paulista

Days 06, 07 and 08 December 2019

Celebrating the anniversary of **Avenida Paulista** and inspired by the work of artist [Chiharu Shiota](#), JHSP invites the public to share their memories in this region in an action that will result in a frame of memories connected by red threads that symbolize the encounters and connections between stories and people.

On December 6th and 7th, visitors will be able to write their memories and deposit them in our collection box, on the ground floor of JHSP. On the 8th, starting at 3 pm, the memories will be read and fixed on the board by the public, building with the wires a memory board that will tell the story of

the people on Paulista Avenue.

[+ Learn more](#)



lecture //

The Japanese Manga: Past, Present and Future

On December 14, 2019, at 11 am

Akira Yamada, Ambassador of Japan to Brazil, is known as "**otaku** ambassador" due to his passion for manga and anime.

In this lecture, Yamada will analyze some of the symbolologies behind the art of comics and Japanese animation, outlining comments on the transformative effect of manga on Japan and the world.

[+ Learn more.](#)



guided tours //

Wednesdays, Fridays, Saturdays and Sundays (excluding holidays), different times

• MEDIATED VISIT | KNOWING THE JHSP

A visit to the building presenting the architecture and concepts that structure Japan House São Paulo, promoting an approach with Japanese thought translated into the house.

Wednesdays, December 4th, 11th and 18th, sessions at 2pm and 6pm | Free participation

• MEDIATED VISIT | THIS IS MANGÁ - THE ART OF NAOKI URASAWA

Fridays, December 6th, 13th, 20th and 27th, at 2pm

Saturdays, December 7th, 14th, 21st and 28th, at 1pm

Sundays, 15th, 22nd and 29th of December November at 11am

Free participation

• **MEDIATED VISIT | INTERNAL LINE -
CHIHARU SHIOTA**

**Fridays, 6th, 13th, 20th and 27th of
December, at 6pm**
**Saturdays, 7th, 14th, 21st, and 28th of
December, at 4pm**
**Sundays, 15th, 22nd and 29th of
December, at 1pm Free participation**

• **Group scheduling by email :**
educativo@jhsp.com.br

news //



podcast //

JAPAN HOUSE SP - 2nd Episode

Ayako @ Osamu Tezuka

In the 2nd episode of the Japan House SP podcast, Natasha B. Geenen, our cultural director, and Paulo Werneck, editor of the magazine [Quatro Cinco Um](#) discuss **Ayako** and the manga universe of **Osamu Tezuka**, known as the "God of manga".

To enrich the chat, we interviewed cartoonist **Mauricio de Sousa**; **Cassius Medauar**, former editor of JBC; **Tonico Pereira**, CCO of DPZ & T; Simonia Fukue, manga researcher; Fernando Forte, architect at FGMF; and Tezuka's teacher and friend, Sônia Luyten.

 [Listen here.](#)



Dianita Edwina Napitupulu <diannapitupulu70@gmail.com>

Programação especial de férias na JHSP

2 messages

Japan House São Paulo <ola@jhsp.com.br>
Reply-To: Japan House São Paulo <ola@jhsp.com.br>
To: diannapitupulu70@gmail.com

Thu, Dec 19, 2019 at 12:59 AM

newsletter //
18 a 31 de dezembro de 2019

exposições em cartaz //

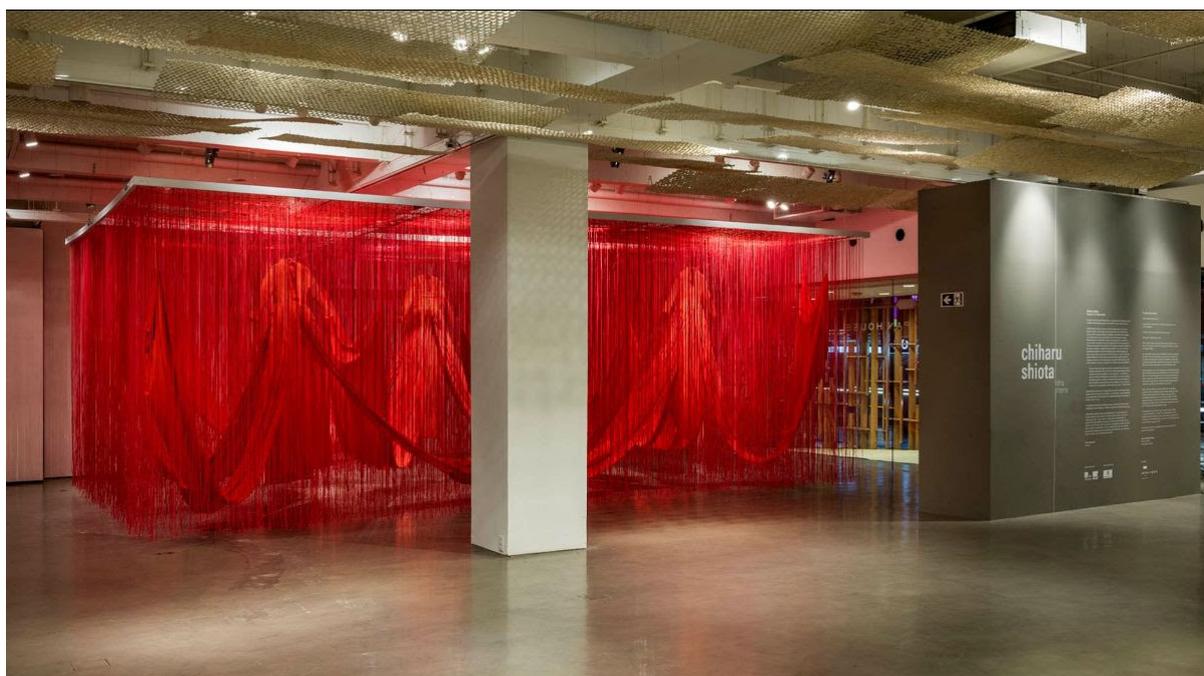


Isto é MANGÁ - A arte de Naoki Urasawa

De 29 de outubro de 2019 a 05 de janeiro de 2020

O universo das histórias em quadrinhos invadiu a JHSP com a exposição “**Isto é Mangá – A arte de Naoki Urasawa**”. A mostra apresenta as ilustrações e mangás do premiado artista japonês e faz parte do projeto itinerante da iniciativa global **Japan House**, já exibida em **Los Angeles e Londres**.

[+ Saiba mais.](#)



Chiharu Shiota | Instalação: Linha Interna (Internal Line)

De 13 de novembro de 2019 a 02 de fevereiro de 2020

Para esta instalação, a artista destaca o fio que vem do coração e cria um universo de conexões. **“Acredito que todos estamos conectados. Você pode não ver isso com seus olhos, mas se pudesse, enxergaria que os humanos estão todos conectados”**, afirma.

A instalação também evoca a concepção de uma presença física, de um corpo que acumula memórias, representado por meio de vestidos vermelhos que simbolizam a segunda pele, independente de nacionalidade ou cor, que nos acompanha em nossa vida e torna-se o acúmulo das memórias coletadas diariamente.

[+ Saiba mais.](#)

programação //



palestra //

A Gastronomia na Cultura Pop

Dia 19 de dezembro de 2019, às 19h

Parte essencial do cotidiano, a gastronomia também é muito explorada na cultural pop japonesa.

Celebrando a exposição ["Isto É Mangá - A Arte de Naoki Urasawa"](#), a chef **Telma Shiraishi** traz um panorama de como a gastronomia japonesa está inserida nas narrativas de diversos animes e mangás.

[+ Saiba mais.](#)



oficina //

Koinobori para Crianças

Dia 22 de dezembro de 2019, às 11h

O **koinobori** teve início na Era Edo, nas casas dos samurais. Adornos em formato de carpas eram colocados no jardim das casas com um pedido para que as crianças tivessem sucesso e saúde.

A oficina propõe a criação de **koinoboris** (carpas), símbolo de saúde e longevidade, customizados a partir de retalhos da marca japonesa **NUNO**, idealizada pela designer japonesa **Reiko Sudo**.

[+ Saiba mais](#)



visitas guiadas //

Quartas-feiras, sextas-feiras, sábados e domingos (exceto feriados), diversos horários

• [VISITA MEDIADA | ISTO É MANGÁ - A ARTE DE NAOKI URASAWA](#)

Sextas-feiras, dias 20 e 27 de dezembro, às 14h

Sábados, dias 21 e 28 de dezembro, às 13h

Domingos, dias 22 e 29 de novembro, às 11h

Participação livre

• [VISITA MEDIADA | LINHA INTERNA - CHIHARU SHIOTA](#)

Sextas-feiras, dias 20 e 27 de dezembro, às 18h

Sábados, dias 21 e 28 de dezembro, às 16h

Domingos, dias 22 e 29 de dezembro, às 13h Participação livre

• AGENDAMENTO DE GRUPOS PELO

E-MAIL:

educativo@jhsp.com.br



programação de férias //

Janeiro de 2020

Em janeiro, a JHSP realizará uma programação especial de férias. Dentre as atividades, o público poderá participar de **Oficinas de Koinobori para crianças, Visitas Mediadas pelas exposições em cartaz, Workshops de Yonkoma e criação de personagens de mangá e Live paintings.**

Para conferir a programação completa, fique de olho na nossa próxima newsletter, que será enviada no **dia 06 de janeiro de 2020.**

novidades //



podcast //

Maratona Podcast Japan House SP

*O Assassinato do Comendador @ Haruki Murakami | Ayako @ Osamu Tezuka |
Querida Konbini @ Sayaka Murata*

 Dica de maratona para fazer no fim do ano: ouvir os três episódios do podcast Japan House SP. Em menos de 1h30, você escuta especialistas e amantes da literatura japonesa contando curiosidades e percepções sobre os livros, além de ficar em dia para o **4º episódio, que estará disponível no dia 28 de janeiro.**

EPISÓDIOS DISPONÍVEIS

1. O Assassinato do Comendador, de Haruki Murakami | 25:51
2. Ayako, de Osamu Tezuka | 29:30
3. Querida Konbini, de Sayaka Murata | 29:07

 [Ouça aqui.](#)

horário de funcionamento //



Dianita Edwina Napitupulu <diannapitupulu70@gmail.com>

✦✦ **2020 na JHSP**

2 messages

Japan House São Paulo <ola@jhsp.com.br>
Reply-To: Japan House São Paulo <ola@jhsp.com.br>
To: diannapitupulu70@gmail.com

Tue, Jan 7, 2020 at 8:16 PM

newsletter //
07 a 20 de janeiro de 2020

exposições em cartaz //



Chiharu Shiota | Instalação: Linha Interna (Internal Line)

Até 02 de fevereiro de 2020

A **JHSP** recebe até fevereiro de 2020 o trabalho sensível e singular da artista japonesa **Chiharu Shiota**.

A obra inédita **Linha Interna (Internal Line)** segue temas universais como relações humanas, sentimentos, memórias, a vida e a morte, tópicos que se destacam ao longo da carreira da artista. Para sua concepção, **Shiota** se inspirou em uma lenda japonesa que conta que quando uma criança nasce, um fio vermelho é amarrado em seu dedo, representando a extensão de suas veias sanguíneas que correm do coração até o menor dedo de suas mãos. Ao longo da vida, esse fio invisível se entrelaça ao fio de outra pessoa, conectando uma à outra, não necessariamente como amantes, mas de alguma forma que impactará profundamente seus caminhos.

[+ Saiba mais.](#)

programação especial de férias //



live painting // Desenhando Mangás Ao Vivo

**Dia 07 de janeiro de 2020, sessões às
16h e 18h30**

Como atividade de férias, os visitantes poderão ver durante o mês de janeiro, dois artistas brasileiros desenharem ao vivo na JHSP. Desta forma, o público poderá acompanhar em tempo real todo o processo que envolve a criação de um mangá.

CONVIDADOS: [Maurício Ossamu](#)
e [Allyson Carvalho](#)

[+ Saiba mais.](#)

workshop // Yonkoma

**Dias 10 e 17 de janeiro de 2020,
sessões às 11h e 14h**

Yonkoma é como são conhecidas as tirinhas japonesas que utilizam quatro quadros.

Este workshop propõe a produção de quadrinhos neste formato, levando em consideração os princípios de criação de narrativas visuais, como introdução, desenvolvimento, clímax e conclusão.

[+ Saiba mais.](#)



workshop // Desenhando Mangá

Dias 11 e 12 de janeiro de 2020, às 16h

Parte da programação de férias da JHSP, o workshop é voltado a todos aqueles que têm interesse em aprender a técnica de **line art** e **retículas**.*

O workshop será ministrado pelos desenhistas [Maurício Ossamu](#) e **Fábio Mender**.

***Não é necessário conhecimento**



workshop // Criação de Personagem

**Dias 11, 14 e 18 de janeiro de 2020,
diversos horários**

Neste workshop, estimularemos a imaginação das crianças na criação de seus próprios personagens a partir de exemplos de **animes** e **mangás** consagrados.

[+ Saiba mais.](#)

prévio para participar.

[+ Saiba mais.](#)



oficina // Koinobori Para Crianças

Dias 12 e 19 de janeiro de 2020, às 11h

O ***koinobori*** (carpas) teve início na **Era Edo** nas casas dos samurais. Adornos com formato de carpas eram colocados no jardim das casas com um pedido para que as crianças tivessem sucesso e saúde.

Esta oficina propõe a criação de ***koinoboris***, símbolo de saúde e longevidade, customizados a partir de retalhos da marca japonesa **NUNO**, idealizada pela designer japonesa **Reiko Sudo**.

[+ Saiba mais.](#)



workshop // Desenhando e Pintando

***Dias 18 e 19 de janeiro de 2020,
diversos horários***

Neste workshop, o ilustrador [Caio Yo](#) ensinará técnicas de desenho e ilustração com a caneta **Copic**.

****Não é necessário conhecimento
prévio para participar.***

[+ Saiba mais.](#)

Mantenedores Diamante