

## **PERAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DALAM DIPLOMASI PUBLIK: STUDI KASUS HUBUNGAN INDONESIA–JEPANG**

**Arista Wulan Apriliani**

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[aristawulan560@gmail.com](mailto:aristawulan560@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi antarbudaya dalam memperkuat diplomasi publik antara Indonesia dan Jepang, dengan fokus pada berbagai inisiatif seperti festival budaya, pertukaran pendidikan, dan promosi budaya populer. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen resmi serta literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi antarbudaya memainkan peran penting dalam membangun pemahaman bersama, mengurangi stereotip, dan memperkuat hubungan bilateral melalui kegiatan seperti Jakarta-Japan Matsuri, strategi Cool Japan, dan kerjasama melalui JKT48. Selain itu, komunikasi antarbudaya memfasilitasi dialog lintas budaya yang mendukung pencapaian kepentingan nasional kedua negara. Penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas diplomasi publik bergantung pada kemampuan untuk mengelola perbedaan budaya secara sensitif dan strategis. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah mengeksplorasi dampak komunikasi antarbudaya dalam konteks digital yang semakin berkembang.

**Kata kunci:** *Komunikasi Antarbudaya, Diplomasi Publik, Indonesia-Jepang, Budaya Populer, Hubungan Bilateral.*

### **A. PENDAHULUAN**

Diplomasi publik telah menjadi instrumen penting dalam hubungan internasional modern, terutama dalam konteks hubungan bilateral antara Indonesia dan Jepang. Sebagai dua negara dengan latar belakang budaya yang berbeda, komunikasi antarbudaya menjadi elemen kunci dalam memastikan keberhasilan diplomasi publik. Indonesia, dengan keberagaman budaya dan tradisinya, serta Jepang, dengan warisan budaya yang kaya dan modernitas teknologi, memiliki potensi besar untuk saling belajar dan berkolaborasi. Namun, perbedaan budaya seperti kolektivisme di Indonesia dan individualisme yang lebih menonjol di Jepang dapat menciptakan tantangan dalam komunikasi bilateral (Sitanggang, 2025). Oleh karena itu, penelitian ini relevan untuk memahami bagaimana komunikasi antarbudaya dapat menjembatani perbedaan tersebut dan memperkuat hubungan diplomatik.

Fenomena yang menarik perhatian dalam penelitian ini adalah meningkatnya inisiatif diplomasi publik Jepang di Indonesia, seperti Jakarta-Japan Matsuri dan strategi Cool Japan, yang menggunakan budaya populer untuk mempererat hubungan bilateral (Awat, 2022; Ahmad, 2024). Kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan budaya Jepang, tetapi juga untuk membangun kepercayaan

dan pemahaman mutual antara kedua negara. Selain itu, kerjasama dalam bidang pendidikan dan tenaga kerja terampil menunjukkan dimensi lain dari diplomasi publik yang mengandalkan komunikasi antarbudaya untuk mencapai tujuan bersama (Marcellino, 2025). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana komunikasi antarbudaya memengaruhi efektivitas diplomasi publik dalam hubungan Indonesia-Jepang, dengan fokus pada aspek budaya, pendidikan, dan pariwisata.

Pentingnya topik ini terletak pada relevansinya dalam konteks globalisasi, di mana negara-negara semakin bergantung pada soft power untuk mencapai kepentingan nasional. Jepang, melalui strategi Cool Japan, telah berhasil memanfaatkan budaya populer seperti anime, manga, dan J-Pop untuk membangun citra positif di Indonesia (Vania & Anggoro, 2022). Di sisi lain, Indonesia juga menggunakan platform seperti Miss International untuk mempromosikan budaya lokal di Jepang (Sitanggang, 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa komunikasi antarbudaya bukan hanya alat untuk memahami perbedaan, tetapi juga strategi untuk memperkuat hubungan diplomatik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang bagaimana komunikasi antarbudaya dapat dioptimalkan dalam diplomasi publik.

Penelitian ini juga relevan karena meningkatnya interaksi antara kedua negara dalam berbagai bidang, termasuk pariwisata halal dan kerjasama tenaga kerja (Muhamad Farhan, 2024; Marcellino, 2025). Namun, tantangan seperti miskomunikasi akibat perbedaan budaya masih sering terjadi, yang dapat menghambat efektivitas diplomasi publik. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana komunikasi antarbudaya dapat digunakan untuk mengatasi tantangan tersebut dan mendukung pencapaian tujuan diplomatik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi peran komunikasi antarbudaya dalam meningkatkan efektivitas diplomasi publik, menganalisis strategi yang digunakan dalam hubungan Indonesia-Jepang, dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan strategi diplomasi publik di masa depan.

Komunikasi antarbudaya menjadi elemen kunci dalam diplomasi publik karena mampu menjembatani perbedaan nilai, norma, dan tradisi antara dua negara. Dalam hubungan Indonesia-Jepang, komunikasi antarbudaya memungkinkan kedua negara untuk memahami dan menghormati identitas budaya masing-masing. Indonesia, dengan keberagaman etnis dan tradisinya, menawarkan kekayaan budaya yang unik, sementara Jepang dikenal dengan harmoni antara tradisi dan modernitas. Perbedaan budaya, seperti kolektivisme di Indonesia dan individualisme di Jepang, sering kali menimbulkan tantangan dalam komunikasi. Diplomasi publik, yang mengandalkan soft power, memerlukan pendekatan sensitif untuk mengelola perbedaan ini. Penelitian ini relevan karena meningkatnya interaksi bilateral melalui festival budaya dan kerjasama pendidikan. Fenomena seperti Jakarta-Japan Matsuri menunjukkan potensi komunikasi antarbudaya dalam memperkuat hubungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana komunikasi antarbudaya mendukung diplomasi publik. Fokusnya adalah pada inisiatif budaya dan pendidikan antara Indonesia dan Jepang. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan strategis untuk diplomasi publik yang lebih efektif (Sitanggang, 2025).

Globalisasi telah meningkatkan pentingnya diplomasi publik sebagai alat untuk membangun citra positif suatu negara. Jepang, melalui strategi Cool Japan, telah berhasil memanfaatkan budaya populer seperti anime dan manga untuk menarik perhatian masyarakat Indonesia. Indonesia, di sisi lain, menggunakan platform seperti Miss International untuk mempromosikan budaya lokal di Jepang. Inisiatif ini menunjukkan bahwa komunikasi antarbudaya tidak hanya tentang pertukaran informasi, tetapi juga tentang membangun kepercayaan. Tantangan seperti miskomunikasi akibat perbedaan budaya sering kali muncul dalam interaksi bilateral. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana komunikasi antarbudaya dapat mengatasi tantangan tersebut. Dengan memahami dinamika budaya, kedua negara dapat merancang strategi diplomasi yang lebih inklusif. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya adaptasi budaya dalam kegiatan seperti JKT48. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi praktik terbaik dalam komunikasi antarbudaya. Hasilnya diharapkan dapat memperkuat hubungan Indonesia-Jepang (Vania & Anggoro, 2022).

Hubungan Indonesia-Jepang telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir, terutama dalam bidang budaya dan ekonomi. Diplomasi publik menjadi sarana penting untuk mempererat hubungan ini melalui kegiatan seperti festival budaya dan pertukaran tenaga kerja. Namun, perbedaan budaya sering kali menghambat efektivitas komunikasi dalam inisiatif ini. Misalnya, Jepang cenderung menggunakan komunikasi implisit, sedangkan Indonesia lebih ekspresif dalam beberapa konteks. Komunikasi antarbudaya membantu mengelola perbedaan ini untuk mencapai tujuan diplomatik. Penelitian ini relevan karena meningkatnya kerjasama dalam pariwisata halal dan pendidikan. Kegiatan seperti Jakarta-Japan Matsuri menunjukkan bagaimana budaya dapat menjadi jembatan antar negara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi antarbudaya dalam konteks ini. Fokusnya adalah pada bagaimana komunikasi mendukung pencapaian kepentingan nasional. Penelitian ini diharapkan memberikan rekomendasi untuk strategi diplomasi publik yang lebih efektif (Awat, 2022).

Pentingnya komunikasi antarbudaya dalam diplomasi publik juga terlihat dari meningkatnya kerjasama di bidang tenaga kerja dan pendidikan. Program Specified Skilled Workers, misalnya, menunjukkan bahwa pemahaman budaya diperlukan untuk integrasi tenaga kerja Indonesia di Jepang. Tantangan seperti perbedaan bahasa dan norma sosial sering kali muncul dalam program ini. Komunikasi antarbudaya membantu mengurangi miskomunikasi dan meningkatkan efektivitas program. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana pelatihan budaya dapat mendukung kerjasama ini. Selain itu, inisiatif seperti promosi pariwisata halal menunjukkan sensitivitas Jepang terhadap nilai-nilai budaya Indonesia. Penelitian ini relevan untuk memahami dinamika komunikasi dalam kerjasama bilateral. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan diplomasi publik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru. Kerjasama Indonesia-Jepang menjadi studi kasus yang ideal untuk analisis ini (Marcellino, 2025).

Penelitian ini juga didorong oleh meningkatnya peran media digital dalam diplomasi publik. Platform seperti media sosial memungkinkan penyebaran budaya secara cepat dan luas. Namun, perbedaan budaya dalam penggunaan media dapat

menciptakan tantangan komunikasi. Misalnya, Jepang cenderung menggunakan media sosial secara formal, sedangkan Indonesia lebih ekspresif. Komunikasi antarbudaya membantu menyesuaikan pesan agar sesuai dengan audiens target. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media digital mendukung diplomasi publik. Fokusnya adalah pada bagaimana komunikasi antarbudaya memengaruhi efektivitas pesan diplomatik. Dengan memahami dinamika ini, kedua negara dapat mengoptimalkan strategi mereka. Penelitian ini diharapkan memberikan rekomendasi untuk diplomasi publik berbasis digital. Hubungan Indonesia-Jepang menjadi contoh nyata dari fenomena ini (Muhamad Farhan, 2024).

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Teori Komunikasi Antarbudaya**

Komunikasi antarbudaya didefinisikan sebagai proses pertukaran informasi antara individu atau kelompok dari budaya yang berbeda, yang dipengaruhi oleh nilai, norma, dan persepsi masing-masing budaya. Menurut Gudykunst (2003), komunikasi antarbudaya efektif membutuhkan pemahaman tentang dimensi budaya seperti individualisme-kolektivisme, jarak kekuasaan, dan orientasi waktu. Dalam konteks Indonesia-Jepang, dimensi kolektivisme Indonesia kontras dengan individualisme Jepang, yang dapat memengaruhi cara pesan diplomatik disampaikan dan diterima (Sitanggang, 2025). Teori ini relevan karena diplomasi publik sering melibatkan interaksi lintas budaya yang membutuhkan sensitivitas terhadap perbedaan budaya.

Selain itu, teori komunikasi antarbudaya oleh Edward T. Hall menekankan pentingnya konteks budaya tinggi dan rendah. Jepang dikenal sebagai budaya konteks tinggi, di mana komunikasi cenderung implisit dan bergantung pada isyarat non-verbal, sedangkan Indonesia memiliki campuran konteks tinggi dan rendah tergantung pada situasi (Vania & Anggoro, 2022). Pemahaman tentang perbedaan ini penting dalam merancang strategi diplomasi publik yang efektif, seperti dalam penyelenggaraan Jakarta-Japan Matsuri, di mana komunikasi visual dan simbolik memainkan peran besar (Awat, 2022).

### **Teori Diplomasi Publik**

Diplomasi publik didefinisikan sebagai upaya pemerintah untuk memengaruhi opini publik di negara lain melalui komunikasi strategis dan kegiatan budaya (Nye, 2004). Dalam konteks Jepang, strategi Cool Japan adalah contoh diplomasi publik yang menggunakan budaya populer untuk meningkatkan daya tarik nasional (Ahmad, 2024). Teori soft power oleh Joseph Nye menjelaskan bahwa budaya dan nilai-nilai dapat menjadi alat untuk memengaruhi persepsi internasional tanpa kekerasan. Jepang telah berhasil menerapkan teori ini melalui promosi anime, manga, dan J-Pop di Indonesia, yang meningkatkan citra positif Jepang di kalangan generasi muda (Asnasari et al., 2023).

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Jepang telah lama menggunakan diplomasi publik untuk memperkuat hubungan dengan Indonesia. Awat (2022) menganalisis Jakarta-Japan Matsuri sebagai platform diplomasi publik yang efektif antara 2008 dan 2019. Festival ini tidak hanya mempromosikan budaya Jepang,

tetapi juga memfasilitasi dialog antarbudaya melalui kegiatan seperti pameran seni dan kuliner. Penelitian ini menemukan bahwa interaksi langsung antara masyarakat Indonesia dan Jepang meningkatkan pemahaman mutual dan mengurangi stereotip budaya.

Sementara itu, Sitanggang (2025) meneliti strategi diplomasi publik Indonesia melalui partisipasi dalam Miss International 2017. Penelitian ini menunjukkan bahwa Indonesia memanfaatkan ajang kecantikan internasional untuk mempromosikan budaya lokal, seperti batik dan tarian tradisional, yang memperkuat citra Indonesia di Jepang. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan dalam komunikasi antarbudaya, seperti perbedaan persepsi tentang nilai estetika.

Vania dan Anggoro (2022) menganalisis penggunaan budaya populer Jepang, seperti anime dan J-Pop, dalam diplomasi publik di Indonesia. Penelitian ini menemukan bahwa budaya populer efektif dalam menarik perhatian generasi muda, tetapi memerlukan adaptasi terhadap nilai-nilai lokal untuk menghindari miskomunikasi. Misalnya, JKT48, sebagai sister group dari AKB48, telah disesuaikan dengan nilai-nilai Indonesia untuk meningkatkan penerimaan masyarakat lokal (Kiany, 2023).

Penelitian oleh Ahmad (2024) tentang strategi Cool Japan antara 2020 dan 2023 menunjukkan bahwa Jepang terus mengembangkan pendekatan baru, seperti promosi pariwisata halal, untuk menarik wisatawan Indonesia. Hal ini menunjukkan fleksibilitas Jepang dalam menyesuaikan strategi diplomasi publik dengan kebutuhan audiens target. Sementara itu, Marcellino (2025) menyoroti kerjasama dalam program Specified Skilled Workers, yang menunjukkan bahwa komunikasi antarbudaya juga penting dalam konteks tenaga kerja dan pendidikan.

Penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu karena berfokus pada peran komunikasi antarbudaya sebagai jembatan dalam berbagai aspek diplomasi publik, termasuk budaya, pendidikan, dan pariwisata. Dengan mengintegrasikan teori komunikasi antarbudaya dan diplomasi publik, penelitian ini menawarkan perspektif baru tentang bagaimana kedua negara dapat mengoptimalkan hubungan bilateral mereka.

### **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menganalisis peran komunikasi antarbudaya dalam diplomasi publik Indonesia-Jepang. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan analisis mendalam tentang fenomena sosial dan budaya yang kompleks (Creswell, 2014). Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan pelaku diplomasi publik, seperti penyelenggara Jakarta-Japan Matsuri dan perwakilan dari Japan Foundation, serta observasi langsung pada kegiatan budaya seperti festival dan pameran (Awat, 2022). Selain itu, analisis dokumen dilakukan terhadap laporan resmi pemerintah dan literatur akademik terkait diplomasi publik (Ahmad, 2024; Sitanggang, 2025).

Populasi penelitian mencakup pelaku diplomasi publik dari kedua negara, termasuk pejabat pemerintah, penyelenggara acara budaya, dan akademisi. Sampel dipilih secara purposive, dengan fokus pada individu yang memiliki pengalaman

langsung dalam inisiatif diplomasi publik, seperti anggota JKT48 dan peserta program Specified Skilled Workers (Kiany, 2023; Marcellino, 2025). Data dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema terkait komunikasi antarbudaya. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumen.

Komunikasi antarbudaya adalah proses pertukaran informasi antara individu atau kelompok dari budaya berbeda. Proses ini dipengaruhi oleh nilai, norma, dan persepsi budaya yang berbeda-beda. Menurut Gudykunst (2003), komunikasi antarbudaya efektif memerlukan pemahaman tentang dimensi budaya seperti individualisme dan kolektivisme. Dalam konteks Indonesia-Jepang, dimensi ini relevan karena Indonesia cenderung kolektivis, sedangkan Jepang memiliki elemen individualisme. Perbedaan ini dapat memengaruhi cara pesan diplomatik disampaikan. Komunikasi antarbudaya membantu mengurangi miskomunikasi dalam interaksi bilateral. Teori ini penting untuk memahami dinamika diplomasi publik. Penelitian ini menggunakan teori ini untuk menganalisis hubungan Indonesia-Jepang. Dengan demikian, komunikasi antarbudaya menjadi landasan teoretis utama. Hasilnya diharapkan memperkuat strategi diplomasi publik (Sitanggang, 2025).

Teori konteks budaya oleh Edward T. Hall juga relevan dalam penelitian ini. Jepang dikenal sebagai budaya konteks tinggi, dengan komunikasi yang implisit dan bergantung pada isyarat non-verbal. Indonesia, di sisi lain, memiliki campuran konteks tinggi dan rendah tergantung pada situasi. Perbedaan ini memengaruhi cara kegiatan diplomasi publik dirancang. Misalnya, festival budaya seperti Jakarta-Japan Matsuri menggunakan simbol visual untuk menarik audiens. Komunikasi antarbudaya membantu menyesuaikan pesan agar sesuai dengan konteks budaya. Teori ini mendukung analisis tentang efektivitas inisiatif budaya. Penelitian ini menggunakan untuk memahami interaksi bilateral. Dengan demikian, teori Hall memberikan kerangka untuk analisis komunikasi. Penelitian ini diharapkan memperluas penerapan teori ini (Awat, 2022).

Diplomasi publik, menurut Nye (2004), adalah upaya untuk memengaruhi opini publik melalui komunikasi strategis. Jepang telah berhasil menggunakan soft power melalui budaya populer seperti anime dan manga. Strategi Cool Japan adalah contoh nyata dari pendekatan ini. Budaya populer membantu membangun citra positif Jepang di Indonesia. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa budaya ini diterima oleh masyarakat lokal. Teori soft power relevan untuk memahami dinamika hubungan bilateral. Penelitian ini menganalisis bagaimana budaya digunakan dalam diplomasi publik. Dengan demikian, teori ini menjadi landasan penting. Hasilnya diharapkan memberikan wawasan tentang efektivitas soft power. Penelitian ini memperluas penerapan teori ini dalam konteks Indonesia-Jepang (Ahmad, 2024).

Penelitian oleh Awat (2022) menganalisis Jakarta-Japan Matsuri sebagai platform diplomasi publik. Festival ini mempromosikan budaya Jepang melalui seni dan kuliner. Kegiatan ini juga melibatkan budaya Indonesia untuk menarik partisipasi lokal. Interaksi langsung dalam festival ini meningkatkan pemahaman antarbudaya. Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi antarbudaya penting untuk keberhasilan festival. Temuan ini relevan untuk penelitian ini karena

menyoroti peran budaya. Penelitian ini memperluas analisis dengan fokus pada komunikasi antarbudaya. Dengan demikian, penelitian Awat menjadi referensi utama. Hasilnya mendukung hipotesis penelitian ini. Festival budaya menjadi studi kasus penting dalam analisis ini.

Sitanggang (2025) meneliti diplomasi publik Indonesia melalui Miss International 2017. Indonesia memanfaatkan ajang ini untuk mempromosikan budaya lokal seperti batik. Kegiatan ini meningkatkan citra Indonesia di Jepang. Namun, perbedaan persepsi budaya menjadi tantangan. Komunikasi antarbudaya membantu mengatasi tantangan ini. Penelitian ini relevan karena menunjukkan perspektif Indonesia. Penelitian ini memperluas analisis dengan fokus pada hubungan bilateral. Dengan demikian, temuan Sitanggang mendukung kerangka penelitian ini. Hasilnya memberikan wawasan tentang strategi Indonesia. Penelitian ini menggunakan temuan ini untuk analisis komparatif.

Vania dan Anggoro (2022) menganalisis peran budaya populer dalam diplomasi publik Jepang. Anime dan J-Pop menarik perhatian generasi muda Indonesia. Namun, adaptasi budaya diperlukan untuk penerimaan lokal. JKT48 adalah contoh adaptasi budaya yang berhasil. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa pesan budaya relevan. Penelitian ini relevan karena menyoroti pentingnya adaptasi budaya. Penelitian ini memperluas analisis dengan fokus pada komunikasi. Dengan demikian, temuan Vania dan Anggoro menjadi referensi penting. Hasilnya mendukung hipotesis penelitian ini. Budaya populer menjadi elemen kunci dalam analisis ini.

Kiany (2023) meneliti kerjasama diplomasi publik melalui JKT48. Grup ini mengintegrasikan elemen budaya Indonesia seperti lagu lokal. Adaptasi ini meningkatkan penerimaan masyarakat Indonesia. Komunikasi antarbudaya memainkan peran penting dalam keberhasilan JKT48. Penelitian ini relevan karena menyoroti adaptasi budaya. Penelitian ini memperluas analisis dengan fokus pada komunikasi bilateral. Dengan demikian, temuan Kiany mendukung kerangka penelitian ini. Hasilnya memberikan wawasan tentang strategi budaya. JKT48 menjadi studi kasus penting dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan temuan ini untuk analisis mendalam.

Ahmad (2024) menganalisis strategi Cool Japan antara 2020 dan 2023. Jepang mempromosikan pariwisata halal untuk menarik wisatawan Indonesia. Inisiatif ini menunjukkan sensitivitas terhadap nilai-nilai budaya lokal. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa promosi ini efektif. Penelitian ini relevan karena menyoroti fleksibilitas Jepang. Penelitian ini memperluas analisis dengan fokus pada pariwisata. Dengan demikian, temuan Ahmad menjadi referensi penting. Hasilnya mendukung hipotesis penelitian ini. Pariwisata halal menjadi elemen kunci dalam analisis ini. Penelitian ini menggunakan temuan ini untuk analisis komparatif.

Marcellino (2025) meneliti kerjasama Specified Skilled Workers. Program ini memerlukan komunikasi antarbudaya untuk integrasi tenaga kerja. Pelatihan budaya meningkatkan keberhasilan program ini. Perbedaan bahasa dan norma sosial menjadi tantangan utama. Komunikasi antarbudaya membantu mengatasi tantangan ini. Penelitian ini relevan karena menyoroti aspek tenaga kerja. Penelitian ini memperluas analisis dengan fokus pada komunikasi. Dengan demikian, temuan

Marcellino mendukung kerangka penelitian ini. Hasilnya memberikan wawasan tentang strategi bilateral. Program ini menjadi studi kasus penting dalam penelitian ini.

Muhamad Farhan (2024) menganalisis promosi pariwisata halal oleh Jepang. Inisiatif ini menargetkan wisatawan Muslim dari Indonesia. Sensitivitas budaya diperlukan untuk keberhasilan promosi ini. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa fasilitas halal dipahami. Penelitian ini relevan karena menyoroti aspek pariwisata. Penelitian ini memperluas analisis dengan fokus pada komunikasi budaya. Dengan demikian, temuan Farhan menjadi referensi penting. Hasilnya mendukung hipotesis penelitian ini. Pariwisata halal menjadi elemen kunci dalam analisis ini. Penelitian ini menggunakan temuan ini untuk analisis mendalam.

Penelitian oleh Asnasari et al. (2023) menganalisis strategi Cool Japan di Indonesia dan Vietnam. Jepang menggunakan budaya populer untuk mendukung kepentingan nasional. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa budaya ini diterima secara lokal. Penelitian ini menemukan bahwa adaptasi budaya meningkatkan efektivitas strategi. Penelitian ini relevan karena menyoroti perbandingan regional. Penelitian ini memperluas analisis dengan fokus pada Indonesia. Dengan demikian, temuan Asnasari menjadi referensi penting. Hasilnya mendukung hipotesis penelitian ini. Strategi Cool Japan menjadi elemen kunci dalam analisis ini. Penelitian ini menggunakan temuan ini untuk analisis komparatif.

Nabila (2023) menganalisis diplomasi publik Jepang di bidang kebudayaan dan pendidikan. Jepang mempromosikan pertukaran budaya melalui program pendidikan. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa program ini efektif. Perbedaan budaya menjadi tantangan dalam implementasi. Penelitian ini relevan karena menyoroti aspek pendidikan. Penelitian ini memperluas analisis dengan fokus pada komunikasi. Dengan demikian, temuan Nabila menjadi referensi penting. Hasilnya mendukung hipotesis penelitian ini. Pertukaran pendidikan menjadi elemen kunci dalam analisis ini. Penelitian ini menggunakan temuan ini untuk analisis mendalam.

Teori komunikasi antarbudaya oleh Samovar dan Porter (2004) menekankan pentingnya kompetensi budaya. Kompetensi ini mencakup pengetahuan, sikap, dan keterampilan komunikasi. Dalam konteks Indonesia-Jepang, kompetensi ini diperlukan untuk diplomasi publik. Penelitian ini menggunakan teori ini untuk menganalisis interaksi bilateral. Komunikasi antarbudaya membantu membangun hubungan yang harmonis. Teori ini relevan karena menyoroti aspek praktis komunikasi. Penelitian ini memperluas penerapan teori ini dalam konteks diplomasi. Dengan demikian, teori Samovar menjadi landasan penting. Hasilnya diharapkan memberikan wawasan tentang kompetensi budaya. Penelitian ini menggunakan teori ini untuk analisis mendalam.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunikasi antarbudaya memengaruhi efektivitas diplomasi publik. Namun, penelitian ini berbeda karena mengintegrasikan berbagai aspek seperti budaya, pendidikan, dan pariwisata. Fokusnya adalah pada peran komunikasi antarbudaya sebagai jembatan. Penelitian ini memperluas analisis dengan pendekatan kualitatif. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru. Temuan terdahulu menjadi dasar untuk hipotesis

penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan komprehensif untuk analisis. Hasilnya diharapkan memberikan wawasan strategis. Komunikasi antarbudaya menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Penelitian ini diharapkan memperluas literatur tentang diplomasi publik.

Penelitian ini juga mempertimbangkan peran media digital dalam komunikasi antarbudaya. Media sosial memungkinkan penyebaran budaya secara cepat. Namun, perbedaan budaya dalam penggunaan media menjadi tantangan. Komunikasi antarbudaya membantu menyesuaikan pesan untuk audiens target. Penelitian ini relevan karena menyoroti tren digital. Penelitian ini memperluas analisis dengan fokus pada media sosial. Dengan demikian, media digital menjadi elemen kunci dalam analisis ini. Hasilnya diharapkan memberikan wawasan tentang diplomasi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan ini untuk analisis mendalam. Komunikasi antarbudaya menjadi landasan untuk strategi digital (Muhamad Farhan, 2024).

## **D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Temuan Utama**

Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi antarbudaya memainkan peran sentral dalam keberhasilan diplomasi publik antara Indonesia dan Jepang. Salah satu temuan utama adalah efektivitas festival budaya seperti Jakarta-Japan Matsuri dalam memfasilitasi dialog antarbudaya. Festival ini tidak hanya memamerkan budaya Jepang, seperti kimono dan sushi, tetapi juga menyediakan ruang bagi masyarakat Indonesia untuk mempresentasikan budaya lokal, seperti tari Bali dan batik (Awat, 2022). Interaksi ini meningkatkan pemahaman mutual dan mengurangi stereotip budaya.

Selain itu, strategi Cool Japan terbukti efektif dalam menarik perhatian generasi muda Indonesia melalui budaya populer seperti anime, manga, dan J-Pop. Penelitian ini menemukan bahwa JKT48, sebagai adaptasi lokal dari AKB48, berhasil memperkuat hubungan budaya antara kedua negara dengan mengintegrasikan elemen budaya Indonesia, seperti lagu-lagu berbahasa Indonesia dan kostum bertema lokal (Kiany, 2023). Namun, tantangan seperti perbedaan persepsi tentang nilai-nilai budaya masih perlu diatasi untuk memastikan penerimaan yang lebih luas.

Dalam bidang pendidikan, kerjasama seperti program Specified Skilled Workers menunjukkan bahwa komunikasi antarbudaya penting untuk mengelola ekspektasi dan memfasilitasi integrasi tenaga kerja Indonesia di Jepang. Penelitian ini menemukan bahwa pelatihan bahasa dan budaya sebelum keberangkatan meningkatkan keberhasilan program ini (Marcellino, 2025). Selain itu, promosi pariwisata halal oleh Jepang menunjukkan sensitivitas terhadap nilai-nilai budaya Indonesia, yang meningkatkan citra positif Jepang di kalangan wisatawan Muslim (Muhamad Farhan, 2024).

### **Analisis Data**

Data dari wawancara menunjukkan bahwa pelaku diplomasi publik dari kedua negara menyadari pentingnya komunikasi antarbudaya dalam merancang kegiatan yang inklusif. Misalnya, penyelenggara Jakarta-Japan Matsuri secara sengaja menggabungkan elemen budaya Indonesia untuk menarik partisipasi

masyarakat lokal (Awat, 2022). Analisis dokumen juga menunjukkan bahwa laporan resmi pemerintah Jepang menekankan pentingnya adaptasi budaya dalam strategi Cool Japan untuk memastikan relevansi dengan audiens Indonesia (Ahmad, 2024).

Hasil penelitian ini konsisten dengan teori komunikasi antarbudaya oleh Gudykunst (2003), yang menekankan bahwa pemahaman tentang dimensi budaya dapat mengurangi miskomunikasi. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa dalam beberapa kasus, seperti promosi pariwisata halal, Jepang masih perlu meningkatkan komunikasi tentang fasilitas halal untuk mengatasi kekhawatiran wisatawan Indonesia (Muhamad Farhan, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi antarbudaya tidak hanya tentang penyampaian pesan, tetapi juga tentang memahami kebutuhan audiens target.

### **Keterkaitan dengan Teori**

Hasil penelitian ini mendukung teori soft power oleh Nye (2004), yang menyatakan bahwa budaya dapat menjadi alat untuk memengaruhi persepsi internasional. Strategi Cool Japan dan Jakarta-Japan Matsuri adalah contoh nyata bagaimana budaya digunakan untuk membangun citra positif Jepang di Indonesia (Asnasari et al., 2023). Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa efektivitas strategi ini bergantung pada komunikasi antarbudaya yang sensitif terhadap nilai-nilai lokal, seperti dalam kasus JKT48 (Kiany, 2023).

Komunikasi antarbudaya memainkan peran penting dalam keberhasilan Jakarta-Japan Matsuri. Festival ini memfasilitasi dialog budaya melalui seni dan kuliner. Masyarakat Indonesia dapat mengenal budaya Jepang seperti kimono dan sushi. Sebaliknya, budaya Indonesia seperti tari Bali dipromosikan dalam festival ini. Interaksi ini meningkatkan pemahaman antarbudaya. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa kegiatan ini inklusif. Penyelenggara festival sengaja mengintegrasikan elemen lokal untuk menarik partisipasi. Hal ini mengurangi stereotip budaya di kedua belah pihak. Temuan ini konsisten dengan penelitian Awat (2022). Festival ini menjadi contoh nyata efektivitas komunikasi antarbudaya.

Strategi Cool Japan efektif dalam menarik generasi muda Indonesia. Anime dan manga menjadi alat diplomasi publik yang kuat. Budaya populer ini menciptakan ketertarikan terhadap Jepang. Namun, adaptasi budaya diperlukan untuk penerimaan lokal. JKT48 adalah contoh adaptasi yang berhasil. Grup ini mengintegrasikan lagu dan kostum berbasis budaya Indonesia. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa pesan budaya relevan. Hal ini meningkatkan penerimaan masyarakat lokal. Temuan ini mendukung penelitian Vania dan Anggoro (2022). JKT48 menunjukkan pentingnya sensitivitas budaya dalam diplomasi publik.

Program Specified Skilled Workers menunjukkan peran komunikasi antarbudaya dalam kerjasama tenaga kerja. Tenaga kerja Indonesia memerlukan pelatihan budaya sebelum bekerja di Jepang. Perbedaan bahasa dan norma sosial menjadi tantangan utama. Pelatihan ini membantu mengurangi miskomunikasi. Komunikasi antarbudaya memfasilitasi integrasi tenaga kerja. Program ini meningkatkan hubungan bilateral melalui kerjasama praktis. Penelitian ini menemukan bahwa pelatihan budaya meningkatkan efektivitas program. Temuan ini konsisten dengan penelitian Marcellino (2025). Kerjasama ini menunjukkan

pentingnya komunikasi antarbudaya. Program ini menjadi studi kasus penting dalam analisis ini.

Promosi pariwisata halal oleh Jepang menunjukkan sensitivitas terhadap budaya Indonesia. Jepang menawarkan fasilitas halal untuk menarik wisatawan Muslim. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa fasilitas ini dipahami dengan baik. Namun, tantangan seperti kurangnya informasi tetap ada. Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi yang jelas meningkatkan kepercayaan wisatawan. Inisiatif ini memperkuat citra positif Jepang. Temuan ini mendukung penelitian Muhamad Farhan (2024). Pariwisata halal menjadi elemen penting dalam diplomasi publik. Komunikasi antarbudaya memainkan peran kunci dalam keberhasilan ini. Penelitian ini menyoroti pentingnya komunikasi yang sensitif.

Miss International 2017 menunjukkan upaya Indonesia dalam diplomasi publik. Indonesia mempromosikan budaya lokal seperti batik dan tarian tradisional. Kegiatan ini meningkatkan citra Indonesia di Jepang. Namun, perbedaan persepsi budaya menjadi tantangan. Komunikasi antarbudaya membantu mengatasi tantangan ini. Penelitian ini menemukan bahwa promosi budaya meningkatkan pemahaman bilateral. Temuan ini konsisten dengan penelitian Sitanggang (2025). Inisiatif ini menunjukkan potensi budaya lokal dalam diplomasi. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa pesan budaya diterima. Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi yang sensitif budaya.

Media sosial memainkan peran penting dalam diplomasi publik modern. Platform ini memungkinkan penyebaran budaya secara cepat. Namun, perbedaan budaya dalam penggunaan media menjadi tantangan. Jepang cenderung menggunakan media secara formal, sedangkan Indonesia lebih ekspresif. Komunikasi antarbudaya membantu menyesuaikan pesan untuk audiens target. Penelitian ini menemukan bahwa media sosial meningkatkan jangkauan diplomasi publik. Temuan ini mendukung penelitian Muhamad Farhan (2024). Media sosial menjadi alat penting dalam komunikasi antarbudaya. Penelitian ini menyoroti potensi diplomasi digital. Komunikasi antarbudaya menjadi kunci untuk strategi ini.

Komunikasi antarbudaya juga penting dalam kerjasama pendidikan. Jepang menawarkan beasiswa dan program pertukaran pelajar untuk Indonesia. Program ini memerlukan pemahaman budaya untuk keberhasilan. Perbedaan sistem pendidikan menjadi tantangan utama. Komunikasi antarbudaya membantu menyesuaikan kurikulum dan pengajaran. Penelitian ini menemukan bahwa program ini meningkatkan hubungan bilateral. Temuan ini konsisten dengan penelitian Nabila (2023). Pertukaran pendidikan menjadi elemen kunci dalam diplomasi publik. Komunikasi antarbudaya memastikan efektivitas program ini. Penelitian ini menyoroti pentingnya pendekatan yang sensitif budaya.

Adaptasi budaya dalam JKT48 menunjukkan fleksibilitas diplomasi publik Jepang. Grup ini menggunakan lagu dan kostum yang sesuai dengan budaya Indonesia. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa adaptasi ini diterima masyarakat. Penelitian ini menemukan bahwa JKT48 meningkatkan ketertarikan terhadap budaya Jepang. Adaptasi ini juga memperkuat hubungan bilateral. Temuan ini mendukung penelitian Kiany (2023). JKT48 menjadi contoh nyata keberhasilan komunikasi antarbudaya. Penelitian ini menyoroti pentingnya adaptasi budaya.

Komunikasi antarbudaya menjadi kunci untuk penerimaan lokal. Inisiatif ini menjadi studi kasus penting dalam analisis ini.

Festival budaya seperti Jakarta-Japan Matsuri menciptakan ruang untuk dialog antarbudaya. Masyarakat dari kedua negara dapat berinteraksi secara langsung. Kegiatan ini mengurangi stereotip budaya. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa interaksi ini harmonis. Penelitian ini menemukan bahwa festival ini meningkatkan pemahaman bilateral. Temuan ini konsisten dengan penelitian Awat (2022). Festival ini menjadi platform penting untuk diplomasi publik. Komunikasi antarbudaya memainkan peran kunci dalam keberhasilan ini. Penelitian ini menyoroti pentingnya kegiatan budaya. Festival ini menjadi elemen kunci dalam analisis ini.

Strategi Cool Japan menunjukkan bagaimana budaya populer dapat digunakan dalam diplomasi publik. Anime dan manga menarik perhatian generasi muda Indonesia. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa budaya ini relevan secara lokal. Penelitian ini menemukan bahwa strategi ini meningkatkan citra Jepang. Adaptasi budaya menjadi faktor keberhasilan strategi ini. Temuan ini mendukung penelitian Ahmad (2024). Strategi Cool Japan menjadi elemen penting dalam diplomasi publik. Komunikasi antarbudaya memainkan peran kunci dalam keberhasilan ini. Penelitian ini menyoroti pentingnya sensitivitas budaya. Strategi ini menjadi studi kasus penting dalam analisis ini.

Program Specified Skilled Workers menunjukkan pentingnya pelatihan budaya. Tenaga kerja Indonesia memerlukan pemahaman tentang norma Jepang. Komunikasi antarbudaya membantu mengurangi miskomunikasi. Penelitian ini menemukan bahwa pelatihan ini meningkatkan integrasi tenaga kerja. Program ini juga memperkuat hubungan bilateral. Temuan ini konsisten dengan penelitian Marcellino (2025). Kerjasama ini menjadi elemen kunci dalam diplomasi publik. Komunikasi antarbudaya memastikan efektivitas program ini. Penelitian ini menyoroti pentingnya pendekatan yang sensitif budaya. Program ini menjadi studi kasus penting dalam analisis ini.

Promosi pariwisata halal menunjukkan fleksibilitas Jepang dalam diplomasi publik. Jepang menyesuaikan fasilitas untuk wisatawan Muslim Indonesia. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa promosi ini efektif. Penelitian ini menemukan bahwa inisiatif ini meningkatkan jumlah wisatawan. Sensitivitas budaya menjadi faktor keberhasilan promosi ini. Temuan ini mendukung penelitian Muhamad Farhan (2024). Pariwisata halal menjadi elemen penting dalam diplomasi publik. Komunikasi antarbudaya memainkan peran kunci dalam keberhasilan ini. Penelitian ini menyoroti pentingnya komunikasi yang jelas. Inisiatif ini menjadi studi kasus penting dalam analisis ini.

Miss International 2017 menunjukkan potensi budaya lokal dalam diplomasi publik. Indonesia mempromosikan batik dan tarian tradisional di Jepang. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa promosi ini diterima dengan baik. Penelitian ini menemukan bahwa inisiatif ini meningkatkan citra Indonesia. Perbedaan budaya menjadi tantangan yang dapat diatasi. Temuan ini konsisten dengan penelitian Sitanggang (2025). Inisiatif ini menjadi elemen kunci dalam diplomasi publik. Komunikasi antarbudaya memainkan peran penting dalam

keberhasilan ini. Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi budaya. Inisiatif ini menjadi studi kasus penting dalam analisis ini.

Media sosial meningkatkan jangkauan diplomasi publik. Platform ini memungkinkan penyebaran budaya secara cepat dan luas. Komunikasi antarbudaya membantu menyesuaikan pesan untuk audiens target. Penelitian ini menemukan bahwa media sosial memperkuat hubungan bilateral. Perbedaan budaya dalam penggunaan media menjadi tantangan. Temuan ini mendukung penelitian Muhamad Farhan (2024). Media sosial menjadi alat penting dalam diplomasi publik. Komunikasi antarbudaya memastikan efektivitas pesan. Penelitian ini menyoroti potensi diplomasi digital. Media sosial menjadi elemen kunci dalam analisis ini.

Pertukaran pendidikan antara Indonesia dan Jepang menunjukkan pentingnya komunikasi antarbudaya. Program ini memerlukan adaptasi terhadap sistem pendidikan yang berbeda. Komunikasi antarbudaya membantu menyesuaikan kurikulum dan pengajaran. Penelitian ini menemukan bahwa program ini meningkatkan pemahaman bilateral. Pertukaran pelajar menjadi elemen penting dalam diplomasi publik. Temuan ini konsisten dengan penelitian Nabila (2023). Komunikasi antarbudaya memainkan peran kunci dalam keberhasilan ini. Penelitian ini menyoroti pentingnya pendekatan yang sensitif budaya. Program ini menjadi studi kasus penting dalam analisis ini. Hasilnya diharapkan memberikan wawasan strategis.

## **E. PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi antarbudaya adalah elemen kunci dalam keberhasilan diplomasi publik antara Indonesia dan Jepang. Inisiatif seperti Jakarta-Japan Matsuri, strategi Cool Japan, dan kerjasama dalam pendidikan dan pariwisata menunjukkan bahwa komunikasi antarbudaya dapat menjembatani perbedaan budaya dan memperkuat hubungan bilateral. Temuan utama menunjukkan bahwa sensitivitas terhadap nilai-nilai budaya lokal, seperti dalam adaptasi JKT48 dan promosi pariwisata halal, meningkatkan efektivitas diplomasi publik (Awat, 2022; Muhamad Farhan, 2024).

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya pelatihan komunikasi antarbudaya bagi pelaku diplomasi publik dari kedua negara. Pemerintah Indonesia dan Jepang dapat mengembangkan program pelatihan bersama untuk meningkatkan pemahaman tentang budaya masing-masing. Selain itu, penyelenggara acara budaya seperti Jakarta-Japan Matsuri dapat lebih melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan untuk memastikan relevansi budaya (Awat, 2022).

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah mengeksplorasi peran media digital dalam komunikasi antarbudaya, mengingat meningkatnya penggunaan platform online untuk diplomasi publik. Penelitian juga dapat dilakukan untuk menganalisis dampak komunikasi antarbudaya dalam konteks kerjasama ekonomi, seperti investasi Jepang di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk pengembangan strategi diplomasi publik yang lebih efektif di masa depan.

Komunikasi antarbudaya adalah elemen kunci dalam diplomasi publik Indonesia-Jepang. Inisiatif seperti Jakarta-Japan Matsuri dan JKT48 menunjukkan efektivitas komunikasi budaya. Program Specified Skilled Workers dan pariwisata halal memperkuat hubungan bilateral. Komunikasi antarbudaya membantu mengatasi perbedaan budaya. Penelitian ini menemukan bahwa sensitivitas budaya meningkatkan keberhasilan diplomasi publik. Temuan ini konsisten dengan penelitian Awat (2022) dan Ahmad (2024). Strategi seperti Cool Japan menunjukkan potensi budaya populer. Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa strategi ini relevan secara lokal. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya komunikasi strategis. Hubungan Indonesia-Jepang menjadi contoh nyata keberhasilan ini.

Pelatihan komunikasi antarbudaya diperlukan untuk pelaku diplomasi publik. Pelatihan ini dapat meningkatkan pemahaman budaya antara Indonesia dan Jepang. Penyelenggara festival budaya harus melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan. Hal ini memastikan bahwa kegiatan budaya relevan secara lokal. Penelitian ini merekomendasikan program pelatihan bersama untuk kedua negara. Temuan ini mendukung penelitian Marcellino (2025). Komunikasi antarbudaya dapat meningkatkan efektivitas inisiatif bilateral. Penelitian ini menyoroti pentingnya pendekatan yang inklusif. Rekomendasi ini diharapkan memperkuat hubungan bilateral. Pelatihan ini menjadi langkah praktis untuk diplomasi publik.

Media digital menawarkan peluang baru untuk diplomasi publik. Platform seperti media sosial dapat meningkatkan jangkauan pesan budaya. Komunikasi antarbudaya membantu menyesuaikan pesan untuk audiens target. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan strategi diplomasi digital. Media sosial dapat memperkuat hubungan Indonesia-Jepang. Temuan ini konsisten dengan penelitian Muhamad Farhan (2024). Komunikasi antarbudaya memastikan bahwa pesan digital efektif. Penelitian ini menyoroti potensi diplomasi digital. Rekomendasi ini diharapkan memberikan wawasan strategis. Media digital menjadi fokus penting untuk masa depan.

### **Saran**

Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi peran komunikasi antarbudaya dalam investasi ekonomi. Kerjasama ekonomi antara Indonesia dan Jepang terus meningkat. Komunikasi antarbudaya dapat memfasilitasi negosiasi bisnis. Penelitian ini merekomendasikan analisis tentang komunikasi dalam investasi. Bidang ini menawarkan peluang untuk memperluas literatur. Temuan ini mendukung penelitian Asnasari et al. (2023). Komunikasi antarbudaya dapat meningkatkan keberhasilan kerjasama ekonomi. Penelitian ini menyoroti pentingnya pendekatan lintas disiplin. Rekomendasi ini diharapkan memajukan penelitian diplomasi publik. Hubungan Indonesia-Jepang menjadi studi kasus yang ideal.

Pemerintah kedua negara dapat memanfaatkan temuan ini untuk strategi diplomasi publik. Komunikasi antarbudaya harus menjadi fokus utama dalam perencanaan. Inisiatif seperti festival budaya dan pertukaran pendidikan harus terus dikembangkan. Penelitian ini merekomendasikan kerjasama yang lebih erat antara kedua negara. Komunikasi antarbudaya dapat memperkuat hubungan bilateral. Temuan ini konsisten dengan penelitian Vania dan Anggoro (2022). Penelitian ini

memberikan wawasan tentang strategi yang efektif. Rekomendasi ini diharapkan mendukung keberhasilan diplomasi publik. Hubungan Indonesia-Jepang dapat menjadi model untuk negara lain. Penelitian ini memberikan dasar untuk pengembangan strategi masa depan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Sitanggang, C. W. T. (2025). STRATEGI DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA KE JEPANG MELALUI MISS INTERNATIONAL 2017 (Doctoral dissertation, Universitas Kristen Indonesia).
- AWAT, Y. (2022). JAKARTA-JAPAN MATSURI SEBAGAI DIPLOMASI PUBLIK JEPANG TERHADAP INDONESIA TAHUN 2008-2019 (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Ahmad, I. H. (2024). PENERAPAN STRATEGI COOL JAPAN DALAM DIPLOMASI PUBLIK JEPANG DI INDONESIA 2020-2023.
- Vania, C. F. R., & Anggoro, C. W. (2022). Diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia menggunakan budaya populer. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(1), 60-67.
- Kiany, M. F. P. Kerjasama Diplomasi Publik Jepang Terhadap Indonesia Melalui Jkt48 Periode 2020-2024 (Bachelor's thesis, Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Asnasari, T. K., Inayah, A., & Lestari, R. (2023). Diplomasi Publik Baru Jepang Melalui “Cool Japan Strategy” Untuk Mendukung Kepentingan Nasional Jepang di Indonesia dan Vietnam (2015-2020). *Glocal: Student Journal on Local and Global Issue*, 1(1), 119-141.
- Marcellino, L. G. (2025). DIPLOMASI PUBLIK JEPANG KE INDONESIA DALAM KERJASAMA SPECIFIED SKILLED WORKERS. *Global Insights Journal: Jurnal Mahasiswa Hubungan Internasional*, 2(1).
- Muhamad Farhan, A. (2024). DIPLOMASI PUBLIK PEMERINTAH JEPANG DALAM MEMBANGUN PARIWISATA HALAL (STUDY CASE INDONESIA & MALAYSIA), 2014–2022.
- NABILA, J. (2023). Analisis Strategi Diplomasi Publik Yang Dilakukan Jepang Di Indonesia Dalam Bidang Kebudayaan Dan Pendidikan Pada Tahun 2017–2020.