

TINJAUAN BUKU

ANIME, COOL JAPAN, DAN GLOBALISASI BUDAYA POPULER JEPANG

Masao Yokota dan Tze-yue G. Hu (ed). *Japanese Animation: East Asian Perspectives*. Mississippi: University Press of Mississippi, 2013, xi + 313 hal

Firman Budianto

Pusat Peneliti Sumber Daya Regional - Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia
E-mail: firman.budianto@lipi.go.id

PENDAHUULUAN

Tanggal 10 Desember 2014 mungkin menjadi hari yang ditunggu-tunggu bagi sebagian masyarakat Indonesia penggemar *Doraemon*, serial animasi populer asal Jepang tentang robot kucing dari abad ke-21. Pada hari itu, diluncurkan film terakhir *Doraemon* bertajuk “*Doraemon: Stand by Me*” (STAND BY ME ドラえもん). Banyak fans dari berbagai kelompok usia, terutama kalangan menengah, dengan antusias pergi ke salah satu jaringan bioskop ternama untuk menyaksikan pemutaran perdana film animasi ini. Tiket pra jualnya pun telah habis terjual enam hari sebelum hari-H pemutaran. Tingginya antusiasme para penggemar *Doraemon* ini tidak hanya terjadi di Indonesia saja, melainkan juga di 56 negara tempat film ini diputar. Hal ini menandakan bahwa *Doraemon* telah berhasil meraih dan mempertahankan popularitasnya di banyak negara.

Doraemon hanyalah satu dari sekian banyak *anime* Jepang yang populer di seluruh dunia. Sebagai salah satu bentuk budaya populer Jepang yang telah banyak dikenal masyarakat dunia, khususnya para penggemar budaya populer Jepang, *anime* (アニメ; *Japanese animation*) kini memang tidak hanya bisa dilihat sebagai sebuah karya seni dan media hiburan semata, namun juga sebagai sebuah fenomena global. Di Jepang sendiri, *anime* merujuk pada semua semua jenis

film animasi tanpa mengindahkan dari negara mana animasi tersebut berasal. Namun di luar Jepang, kata *anime* lebih sering diasosiasikan secara spesifik dengan ‘animasi Jepang’. Dalam artikel ini, definisi *anime* yang digunakan adalah definisi yang kedua.

Berbicara *anime* sebagai fenomena global, tidak pernah terlepas dari konsep Gross National Cool (GNC) yang diperkenalkan McGray (2002) dan juga konsep *soft power*-nya Joseph S. Nye (2004). Dalam artikelnya, McGray (2002) berargumen bahwa Jepang tidak lagi relevan disebut sebagai negara *super-power* dalam konteks Gross National Product (GNP), seperti Jepang era tahun 1980-an. Ia menilai Jepang lebih cocok disebut sebagai negara *cultural-super-power* dalam konteks Gross National Cool (GNC). Meminjam istilah Joseph S. Nye (2004), Jepang bisa dikatakan sebagai negara *super-power* dalam konteks *soft-power* karena ia dinilai memiliki kekuatan untuk me-attract orang dari negara lain melalui budaya, nilai-nilai, maupun kemampuan diplomasinya, termasuk diplomasi *anime*. Oleh karena itu, tidak mengherankan bila pada tahun 2008, MOFA (Kementerian Luar Negeri Jepang) “menunjuk” karakter *Doraemon* sebagai Duta Anime seiring dengan diberlakukannya kebijakan diplomasi *soft-power* Jepang melalui budaya populer, yang nantinya berkembang menjadi kebijakan “Cool Japan”

yang oleh banyak pihak dinilai kontroversial. Namun demikian, dengan segala kontroversinya, *anime* telah menarik perhatian banyak akademisi maupun praktisi untuk mengamatinnya sebagai suatu fenomena global.

Kehadiran buku “*Japanese Animation: East Asian Perspective*” ini menjadi penting untuk melengkapi studi-studi perkembangan *anime* di Jepang serta pengaruh yang dibawanya terhadap kawasan Asia Timur, baik sebagai objek penelitian maupun sebuah karya seni. Buku yang terdiri dari enam bagian tematik ini akan membawa pembaca mengenal lebih jauh perkembangan *anime* di Jepang, termasuk implikasi transnasionalnya terhadap kawasan di Asia Timur dan perkembangan teknologi pembuatan *anime* terbaru. Setidaknya, ada dua hal menarik dalam buku ini yang menjadikannya berbeda dibandingkan buku sejenis lainnya, yaitu: (1) adanya bagian yang menjelaskan sejarah Asosiasi Studi *Anime* di Jepang, yang berperan dalam mengantarkan *anime* sebagai objek penelitian yang bisa dikaji dan diakui secara ilmiah, dan (2) digunakannya perspektif Asia Timur, melengkapi studi-studi *anime* lain yang didominasi oleh perspektif Barat.

ANIME DAN PENELITIAN ILMIAH DI JEPANG

Anime yang saat ini telah menjadi komoditas internasional, semakin menarik perhatian banyak akademisi maupun praktisi dari berbagai bidang maupun negara. MacWilliams (2011: 5) menyebut dua urgensi penelitian mengenai *anime*. Pertama, *anime* merupakan bagian kunci dalam budaya visual populer di Jepang. Di tengah besarnya peran media massa (*masu-komi*) dalam masyarakat Jepang, *anime* dan juga *manga* (komik Jepang) menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat Jepang yang sangat visual. Kedua, *anime* berperan penting dalam pembentukan *mediascape* global, baik cetak maupun elektronik. Sontag (2003) sebagaimana dikutip dalam McWilliams (2011, 3) menyebut Jepang sebagai “*image world*” dimana media

massa Jepang yang sangat visual dikonsumsi oleh tidak hanya masyarakat Jepang sendiri, namun juga kini oleh masyarakat global. Namun demikian, seperti yang diungkapkan dalam buku ini, masih terdapat beberapa kendala yang kerap ditemui dalam penelitian *anime*, seperti misalnya keterbatasan akses terhadap sumber data dan masalah perbedaan sudut pandang.

Sebagian besar publikasi dan sumber-sumber primer tentang *anime* pada awalnya, hanya tersedia dalam bahasa Jepang, termasuk yang dipublikasikan di jurnal *anime* terbitan Asosiasi Studi *Anime* di Jepang, *Japanese Journal of Animation Studies*. Hal ini menyebabkan para peneliti *anime* non-penutur Bahasa Jepang merasa kesulitan. Di samping bahasa sumber, masalah perbedaannya sudut pandang juga merupakan tantangan yang dihadapi oleh para peneliti *anime* yang sebagian besar berasal dari latar belakang pendidikan yang spesifik, misalnya kajian film dan media, kajian budaya, ilmu komunikasi, dan sebagainya, yang notabene kurang memiliki pengetahuan tentang konteks sosial budaya Jepang (Hu, 2013, 4-6). Berangkat dari permasalahan tersebut, buku ini diterbitkan sebagai media publikasi hasil-hasil penelitian mengenai *anime* yang berangkat dari sudut pandang akademisi maupun praktisi yang langsung diterjemahkan dari bahasa sumber ke dalam bahasa Inggris, supaya dapat menjangkau pembaca yang lebih luas.

Perkembangan studi *anime* di Jepang ini tidak terlepas dari kehadiran *Japan Society for Animation Studies* (JSAS, *Nihon Anime-shon Gakkai*). Awalnya, *anime* di Jepang tidak pernah dikaitkan dengan sesuatu yang ilmiah. Seringkali ia hanya dipandang sebagai sebuah karya seni yang tidak bisa diberi label ‘ilmiah’, meskipun pada masa itu, tidak sedikit *anime* yang dimanfaatkan sebagai rujukan primer maupun sekunder dalam penelitian-penelitian ilmiah (Koide, 2013, 58). Namun demikian, seiring dengan meningkatnya jumlah penelitian mengenai *anime*, sejumlah peneliti dan praktisi media seperti Koide Masashi dan Ikeda Hiroshi,

mulai bergerak untuk mendirikan apa yang kini dikenal sebagai JSAS pada bulan Juli tahun 1998. Kehadiran JSAS ini juga diikuti oleh penerbitan *Japanese Journal of Animation Studies* pada bulan Oktober di tahun yang sama. Memasuki tahun 2000-an, mulai dibuka departemen dan program studi khusus animasi di lingkungan pendidikan tinggi di Jepang, antara lain di Tokyo Polytechnic University, Tokyo Zokei University, Kyoto Seika University, dan Tokyo University of the Arts. Menariknya, Ketua JSAS saat itu bahkan diminta rekomendasinya sebagai syarat perizinan pembukaan program studi animasi ke MEXT (Kementerian Dikbud, Olahraga, dan IPTEK Jepang).

Selanjutnya, karena buku ini menggunakan perspektif Asia Timur, maka sudut pandang di dalamnya berangkat dari pengalaman ketiga belas kontributor/penulisnya sendiri yang notabene berasal dari tiga negara berbeda: Jepang, Korea Selatan, dan China. Beberapa nama akademisi dan praktisi di bidang *anime* Jepang dengan sangat baik menganalisis *anime* sesuai bidangnya, seperti sejarawan *anime* Tsugata Nobuyuki yang menjelaskan sejarah perkembangan *anime* di Jepang, serta Koide Masashi, salah satu tokoh pendiri Asosiasi Studi *Anime* di Jepang sepuluh tahun lalu, hingga Ikeda Hiroshi, mantan Direktur Toei Animation Studio yang telah menghasilkan lebih dari 50 karya animasi di studionya.

PERKEMBANGAN ANIME DI ASIA TIMUR

Beberapa isu menarik dalam buku ini antara lain mengenai perkembangan *anime* dalam konteks historis transnasional dengan negara-negara tetangga Jepang, pengaruh apa yang *anime* berikan kepada mereka, serta konteks politik di balik produksi dan konsumsi *anime* di kawasan tersebut (Hu, 2013, 14). Buku ini dibuka dengan deskripsi sejarah perkembangan *anime* di Jepang, yang berakar dari perkembangan *manga* (Tsugata, 2013, 25-30). Di tengah masyarakat Jepang yang sangat menjunjung tinggi konformitas di hadapan orang lain (建前、*tatemae*), dan juga

di tengah masa krisis akibat gejolak perang dunia II, *manga* saat itu menjadi media ekspresi terbaik bagi banyak seniman Jepang saat itu untuk mencurahkan pemikirannya dalam bentuk *story manga* yang kemudian banyak diadaptasi ke dalam bentuk *anime*. *Anime* diproduksi pertama kali pada tahun 1917, namun masih sebatas film animasi pendek berdurasi dua hingga lima menit yang sebagian besar bercerita tentang *folk tales* masa itu. *Anime* terus berkembang dengan dipengaruhi oleh konteks sosial politik pada masanya. Berbagai *anime* diproduksi, mulai dari *anime* bertema propaganda perang seperti *Momotaro no Umiwashii* (Momotaro's Sea Eagle) yang menggelorakan semangat perang yang mengambil latar waktu saat Jepang menyerang Pearl Harbour pada tanggal 8 Desember 1941 (Watanabe, 2013, 104), hingga *anime* yang merefleksikan harapan akan kebangkitan sains dan teknologi pascaperang, *Tetsuwan Atomu* (鉄腕アトム, atau yang lebih dikenal di dunia internasional dengan sebutan "Astro Boy"). *Anime* Astro Boy ini menjadi serial TV *anime* pertama di Jepang yang disiarkan pada tahun 1963-1966, serta merupakan salah satu *anime* paling penting dalam studi perkembangan *anime* di Jepang dan sekitarnya. Oleh karena itu, beberapa artikel dalam buku ini menjadikan *anime* ini sebagai objek kajian.

Dalam artikelnya, Koh Dong Yeon (2013, 155-175) menjelaskan dengan rinci proses-proses adaptasi Astro Boy dikaitkan dengan kondisi sosial politik di Korea Selatan, seiring dengan pengalamannya merasakan sendiri masuknya *anime* ke negaranya saat itu. Astro Boy merupakan sebuah *manga* berseri karya Tezuka Osamu yang terbit pada tahun 1952. Banyak yang menyebut bahwa Tezuka sangat dipengaruhi oleh Disney dan animasi Barat, yang tercermin pada ciri fisik pada karakter-karakter dalam Astro Boy. Sejalan dengan peningkatan popularitasnya, Astro Boy mulai diadaptasi ke dalam bentuk serial TV *anime* di Jepang pada tahun 1963, dan mulai masuk ke Korea Selatan pada awal 1970-an. Astro Boy saat itu seringkali dikaitkan dengan memori

kelam Jepang terhadap bom atom, namun di sisi lain, ia juga dilihat sebagai simbol optimisme akan kebangkitan sains dan teknologi di Jepang pascaperang. Sedangkan dalam konteks Korea Selatan pascaperang tahun 1970-1980, *anime* ini dipandang sebagai simbol pengharapan masyarakatnya akan Korea yang ideal dan modern, mengikuti jejak Jepang yang telah lebih dulu sukses menyelenggarakan modernisasi. Saat itu, pemerintah Korea Selatan yang berada di bawah kepemimpinan Presiden Park Jung-Hee, tengah gencar-gencarnya melakukan pembangunan.

Pada tahun 1968, Pemerintah Korea mencanangkan program lima tahun untuk pembangunan industri elektronik, yang sekaligus menandai dimulainya transisi pembangunan ekonomi di Korea. Proses modernisasi di Korea ini terjadi bersamaan dengan munculnya kekhawatiran pemerintah terhadap potensi masuknya pengaruh Jepang yang berlebihan, salah satunya melalui *anime*. Koh menyebut beberapa faktor yang berperan dalam budaya TV di Korea Selatan. Sekitar tahun 1970-an, program TV untuk penonton dewasa di Korea Selatan didominasi oleh program dari Amerika, sedangkan untuk penonton anak-anak, sebagian besar justru diimpor dari Jepang. Rendahnya biaya royalti *anime* Jepang dibandingkan animasi dari Amerika menjadi salah satu faktor penyebab dominasi *anime* di Korea. Astro Boy pun mulai disiarkan di TV Korea Selatan dan ditonton oleh masyarakat luas. Saat itu, faktor bertambahnya jam pelajaran bagi siswa dan derasnya arus urbanisasi seiring dengan industrialisasi turut mendorong peningkatan kebutuhan masyarakat akan hiburan. Masyarakat Korea Selatan yang saat itu tidak memiliki banyak pilihan hiburan, mau tidak mau menjadikan TV sebagai media hiburan mereka. Namun demikian, Pemerintah Korea Selatan saat itu tidak serta merta mengimpor *anime* tanpa melakukan adaptasi dan pembatasan. Ada beberapa adaptasi yang dilakukan, misalnya dengan mengganti semua nama karakter yang ada di Astro Boy menjadi nama Korea, termasuk

mengganti judul *anime* itu sendiri menjadi *Astro Boy Atom*. Di samping itu, fakta bahwa Astro Boy sendiri juga tidak mencerminkan ciri fisik orang Jepang, seperti hidung pesek dan mata bulat besar, juga menjadi penyebab mengapa sebagian besar warga Korea yang menonton Astro Boy Atom tidak menyadari darimana *anime* tersebut sebenarnya berasal.

Dari segi makna, Astro Boy pun bisa dilihat dari sudut pandang yang berbeda. Di Jepang sendiri, *anime* Astro Boy seringkali dikaitkan dengan memori kelam terhadap Bom Atom. Namun demikian, Schodt (2007) sebagaimana dikutip dalam Hu (2013), berargumen atom telah menjadi sumber energi yang paling banyak digunakan di Jepang pada era pascaperang, dan telah diakui sebagai bentuk energi baru yang humanis. Di sisi lain, Astro Boy dilihat sebagai simbol optimisme akan kebangkitan sains dan teknologi di Jepang pascaperang. Namun demikian, hal yang berbeda berlaku bagi masyarakat di Korea Selatan. Atom yang sangat berkaitan dengan peristiwa pengeboman Hiroshima-Nagasaki dilihat sebagai titik tolak kebebasan mereka dari pendudukan Jepang yang (Koh, 2013, 163). Di samping itu, sebagian besar penonton Astro Boy Atom di Korea adalah anak-anak, yang notabene tidak mengerti konteks historis politik di balik *anime* tersebut. Ia lebih dilihat oleh masyarakat Korea, terutama anak-anak, sebagai gambaran euforia atas teknologi Barat yang telah maju. Kedua contoh di atas menunjukkan dua sudut pandang yang berbeda dalam melihat globalisasi *anime* dalam konteks historis transnasional.

DARI ANIME KE COOL JAPAN

Masalah globalisasi *anime* yang sebetulnya telah dimulai sejak tahun 1960-an ini, juga menarik dibahas dalam konteks kekinian. Namun, konteks kekinian inilah yang belum dibahas secara khusus dalam buku ini. Buku ini diterbitkan tahun 2013, saat Pemerintah Jepang tengah gencar-gencarnya mengaktualisasikan kebijakan Cool Japan yang telah diimplementasikan secara

luas oleh MOFA (Kementerian Luar Negeri Jepang) sejak tahun 2007, sebelum diambil alih oleh METI (Kementerian Ekonomi, Perdagangan, dan Perindustrian Jepang) pada tahun 2011. Buku ini akan semakin mempunyai nilai lebih jika ada bagian khusus yang menganalisis globalisasi *anime* dalam kerangka Cool Japan yang saat buku ini diterbitkan sebenarnya sudah berjalan.

METI (2015a) mendefinisikan Cool Japan sebagai kebijakan strategi diplomasi Jepang melalui budaya populer dan industri kreatif, termasuk *anime*, manga, kuliner, film, musik, dll, yang melibatkan pihak pemerintah dan juga swasta. Sebagai sebuah kebijakan strategis, Cool Japan juga dilingkupi oleh pro dan kontra. Awalnya, Cool Japan merupakan sebuah program tentang budaya populer Jepang yang disiarkan di NHK TV tahun 2004. Seiring berjalannya waktu, program TV tersebut kemudian mulai diadaptasi menjadi sebuah kebijakan diplomasi luar negeri oleh MOFA. Di bawah MOFA, Pemerintah Jepang mulai memanfaatkan budaya populer untuk membentuk citra positif Jepang di mata dunia (Nakamura dalam Yudoprakoso, 2013). Melalui Cool Japan, pemerintah Jepang seolah ingin menunjukkan kepada dunia bahwa negaranya adalah negara yang baik, cinta damai, dan kaya akan budaya, tidak hanya budaya tradisional melainkan juga budaya populer seperti *anime* dan *manga* (Yudoprakoso, 2013). Pada tahun 2011, METI mengambil alih kebijakan Cool Japan yang berdampak cukup signifikan pada perubahan tujuan dari Cool Japan itu sendiri. Di bawah METI, pemerintah Jepang mulai berorientasi dan berfokus pada nilai profit yang dihasilkan dari industri budaya pop. Menurut METI, ada 18 sektor yang dinaungi oleh Cool Japan, mulai dari *manga*, *anime*, film, serial drama, sampai industri makanan dan *fashion*, digarap secara serius oleh pemerintah Jepang.

Namun demikian, konsep Cool Japan ini masih menyisakan pertanyaan, termasuk bagi orang Jepang sendiri. Seperti dikutip oleh Mihara (2014), banyak orang Jepang yang mempertanyakan apa sebenarnya yang “cool” dari

budaya populer Jepang, dan juga alasan mengapa diberi nama “cool”. Belum lagi mereka yang mempermasalahkan banyaknya APBN Jepang yang digunakan untuk mendanai proyek-proyek Cool Japan. Di tengah pro-kontra seputar Cool Japan, pada akhirnya Pemerintah Jepang melalui METI tetap melanjutkan proyek ini hingga kini, seperti yang tengah terjadi di Indonesia. Bagi Jepang, Indonesia dipandang sebagai pasar yang sangat potensial bagi industri budaya populer maupun industri kreatif Jepang. Beragam *event* bertema Jepang digelar, berbagai perusahaan kecil-menengah Jepang juga mulai membuka kantor cabang di Jakarta. Satu hal yang menjadi nilai lebih dari kebijakan Cool Japan ini ialah adanya sinergitas antara pemerintah dan pihak swasta dalam mempromosikan industri budaya populer Jepang ke seluruh dunia (METI, 2015a), yang bisa dilihat dalam penyelenggaraan acara AFAID 2015.

Berdasarkan rencana strategis METI (2015b) yang tertuang dalam proyek Cool Japan World Trial, ada empat negara percontohan tempat pelaksanaan proyek-proyek yang dinaungi oleh Cool Japan, yaitu: Indonesia, Vietnam, Rusia, dan Turki. Implementasi kebijakan Cool Japan di Indonesia sebenarnya telah dimulai pada tahun 2012 bersamaan dengan semakin derasnyanya arus *Japan content*¹ yang masuk ke Indonesia. Pada tahun 2012, diselenggarakan event “Cool Japan Indonesia” yang berlokasi di salah satu pusat perbelanjaan kelas atas di Jakarta Pusat. Namun, penyelenggaraan event tersebut lebih diakomodasi oleh pihak swasta, sedangkan peran METI sendiri belum terlalu dominan (METI, 2012). Mulai tahun ini, METI mulai berperan aktif, seperti terlihat dalam event *Anime Festival Asia Indonesia* (AFAID). AFAID merupakan salah satu event budaya populer dan industri kreatif Jepang yang terbesar di level Asia Tenggara. Selain di Indonesia, AFA juga diselenggarakan di Singapura (AFASG),

1 *Japan content* merujuk pada segala hal yang berhubungan dengan Jepang, mulai dari bentuk budaya populer Jepang, seperti *anime*, *manga*, hingga makanan, *fashion*, dan pernik-pernik Jepang.

Thailand (AFATH), dan Malaysia (AFAMY). Event yang digelar pada 25-27 September lalu ini diselenggarakan dalam kerangka Cool Japan, yang artinya METI turut berperan di dalamnya. Saat event tersebut berlangsung, METI menyediakan slot waktu dan tempat khusus untuk memfasilitasi perusahaan-perusahaan kecil-menengah Jepang untuk membuka bisnis industri kreatif di Jakarta. Sedangkan dari sisi pengunjung, AFAID menjadi acara yang sangat ditunggu-tunggu oleh para pecinta budaya pop Jepang, terutama *anime*. Selama acara, mereka dapat menyaksikan berbagai pertunjukkan, mulai dari pemutaran klip *anime* terbaru, *anisong* (*anime song*), lomba *cosplay*² (*costume player*) dan masih banyak lagi. Di venue acara juga terdapat puluhan *booth* yang menjual beragam pernik budaya pop Jepang, seperti *character goods anime*, berbagai judul manga, dan sebagainya.

PENUTUP

Perkembangan *anime* sampai saat ini menunjukkan adanya kecenderungan bahwa perkembangan *anime* sebagai bagian dari budaya populer Jepang, juga diikuti oleh perkembangan industri kreatif yang merupakan produk turunan dari *anime* itu sendiri, seperti maraknya event-event berbau Jepang, menjamurnya berbagai produk bernuansa *anime*, dan semakin banyaknya pegiat budaya populer Jepang. Hal ini kemudian menimbulkan pertanyaan bagaimana memaknai masuknya budaya populer Jepang yang kian deras ini. Pada penyelenggaraan AFAID yang pertama kalinya tahun 2012, komik asli karya anak bangsa berjudul “Volt”, mulai diperkenalkan ke publik. Nama Volt diambil dari tokoh utamanya, Volt, seorang pahlawan super pembela kebenaran namun tetap membawa nilai-nilai bangsa Indonesia. Namun sayang, popularitas komik ini masih jauh tertinggal dengan komik Jepang ataupun *anime* yang notabene merupakan karya bangsa lain.

2 *Cosplay* merujuk pada kegiatan bermain peran dengan menggunakan kostum lainnya karakter dalam *anime* atau manga. Sebutan untuk orang yang melakukan cosplay adalah cosplayer. Seorang cosplayer juga dituntut untuk menjiwai karakter yang sedang ia perankan, tidak hanya sebatas pada kostumnya saja.

Dengan memahami sejarah perkembangan *anime* dari awal kemunculannya hingga masa kini seperti yang disampaikan dalam buku ini, bisa diketahui bahwa *anime* bisa berkembang karena adanya sinergitas antara berbagai pihak di Jepang. Mulai dari kreator dan praktisi *anime* yang konsisten berkarya, akademisi yang terus mengkaji dan mengajarkan *anime*, serta pemerintah dan sektor swasta yang bersinergi dalam mengemas *anime* dalam industri kreatif hingga bisa diterima masyarakat global. Pemerintah Indonesia sebaiknya mulai memikirkan bagaimana seharusnya bertindak agar masuknya industri kreatif ini bisa bermanfaat juga bagi Indonesia, seperti yang Pemerintah Korea Selatan telah lakukan dengan melakukan beberapa adaptasi saat budaya populer Jepang masuk ke negaranya tahun 1960-1970-an. Di era internet saat ini, hal tersebut memang merupakan tantangan yang berat, karena arus informasi juga bergerak semakin cepat dan bebas, di samping perbedaan konteks sosial politik dengan masa lalu. Pemerintah Indonesia juga bisa belajar dari Jepang bagaimana mengemas industri kreatifnya untuk dijual ke seluruh dunia, sebagaimana yang telah Korea Selatan lakukan dengan *Korean Wave*³-nya. Saat ini, tidak dapat dipungkiri, Korea Selatan telah menjadi salah satu negara saingan Jepang dalam hal budaya populer dan industri kreatif, selain Amerika dan Inggris. Apa yang perlu dilakukan masyarakat Indonesia adalah belajar mengadaptasi dan mengambil manfaat dari masuknya industri kreatif Jepang bagi pengembangan kemajuan industri kreatifnya sendiri. Hal ini akan bisa terlaksana apabila seluruh pihak bersinergi dan bekerjasama dengan baik, seperti yang telah Jepang lakukan terhadap Astro Boy, Doraemon, dan proyek Cool Japan-nya. Pada akhirnya, buku ini dapat dijadikan sebagai satu referensi untuk memahami perkembangan *anime* di Jepang, serta bagaimana ia memberikan pengaruh kepada kawasan lain, sebagai pelengkap sudut pandang akademisi Barat yang cenderung fokus pada pengaruh apa yang

3 *Korean Wave* merujuk pada fenomena tersebarnya budaya populer Korea Selatan di seluruh dunia.

Barat berikan dalam perjalanan perkembangan anime di Jepang.

PUSTAKA ACUAN

- Anime Festival Asia Indonesia. (2015). Diakses dari <http://animefestival.asia/afaid15/> pada Des, 2015.
- Anime News Network. (2014). "Stand By Me Doraemon 3D CG Film to Open in 57 Countries.". Diakses dari <http://www.animenewsnetwork.com/news/2014-09-17/stand-by-me-doraemon-3d-cg-film-to-open-in-57-countries/.78851> pada Des, 2015.
- MacWilliams, M. (ed.) (2011). *Japanese visual culture: explorations in the world of Manga and Anime*. New York: M.E. Sharpe.
- Koh, D. Y. (2013). Growing up with *Astro Boy* and *Mazinger Z*: Industrialization, "Hi-tech world", and Japanese animation in the art and culture in South Korea. In Yokota, Masao and Hu, Tze-yue G. (ed). (2013). *Japanese Animation: East Asian Perspectives*. Mississippi: University Press of Mississippi.
- McGray, D. (2002). "Japan's gross national cool." Foreign policy. Diakses dari <http://foreignpolicy.com/2009/11/11/japans-gross-national-cool/> pada Nov 2015.
- METI. (2012). *Heisei 24-nendo kuru Japan senryaku suishin jigyo (kaigai tenkai shien purojekuto) jigyo hokoku*. (Strategi promosi cool Japan tahun 2012: Proyek Pengembangan Luar Negeri, Laporan Kerja). Diakses dari http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/04cjindnesia.pdf pada Des, 2015.
- METI. (2015a). "Kuru Japan seisaku ni tsuite" (White Paper on Cool Japan Policy). Diakses dari http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/151013CJseisakunitsuiteOctober.pdf pada Nov, 2015.
- METI. (2015b). "Ku-ru Japan wa-rudotoraiaru jigyou ga suta-to shimasu: Indoneshia, Betonamu, Roshia oyobi Toruko de mihon'ichi-to e no shuten shōdan wo shien-shimasu." (Cool Japan world trial telah dimulai: dukungan terhadap penyelenggaraan promosi di Indonesia, Vietnam, Rusia, dan Turki.) Diakses dari <http://www.meti.go.jp/press/2015/07/20150707002/20150707002.html> pada Des, 2015.
- Mihara, R. (2014). *Kuru Japan ha naze kiwarerunoka: 'Nekkyō' to 'reishō' o koete*. (Mengapa cool Japan dibenci: lebih dari sekadar dukungan dan cibiran). Tokyo: Chūkō Shinsho.
- Takahashi, M & Tsugata, N. (2011). *Anime-gaku*. (Animation Studies). Tokyo: NTT Shuppansha.
- The Jakarta Post. (2014). "Stand by me Doraemon takes your breath away". Diakses dari <http://www.thejakartapost.com/news/2014/12/15/stand-me-doraemon-takes-your-breath-away.html> pada Des, 2015.
- Tsugata, N. (2013). A Bipolar Approach to Understanding the History of Japanese Animation. In Yokota, Masao and Hu, Tze-yue G. (ed). (2013). *Japanese animation: East Asian perspectives*. Mississippi: University Press of Mississippi.
- Watanabe. (2013). The Japanese Walt Disney: Masaoka Kenzo. In Yokota, Masao and Hu, Tze-yue G. (ed). (2013). *Japanese animation: East Asian perspectives*. Mississippi: University Press of Mississippi.
- Yokota, M. & Hu, T. G. (ed). (2013). *Japanese animation: East Asian perspectives*. Mississippi: University Press of Mississippi.
- Yudoprakoso, B. F., & Virgianita, A. (2013). "Analisis cool japan dalam politik dan ekonomi luar negeri Jepang periode 2002-2013". Naskah Ringkas Skripsi FISIP UI, Tidak diterbitkan.