Andalas Journal of International Studies

Aulia Amalina

Budaya Populer Jepang sebagai Instrumen Diplomasi Jepang dan Pengaruhnya Terhadap Komunitas- Komunitas di Indonesia

M Faris Alfaridh

Ketahanan Energi Rusia dan Kerentanan Pasar Asia Pasifik

Mohamad Rosyidin

Mengapa Tidak Berperang? Norma Politik Luar Negeri Cina dan Konflik Laut Cina Selatan

Reza Kavosh

Religious Terrorism

Sarah Anabarja

Efektivitas Official Development Assistance Jepang terhadap Negara Resepien

Tonny Dian Effendi

K-Pop and J- Pop Influences to University students in Malang, East Java - Indonesia : A Comparative Public Diplomacy Studies

Witri Elvianti

The Secrecy and Publicity of Diplomacy : Questions to the theory of Public Diplomacy

Andalas Journal of International Studies	Volume 1	No 2	Page 108-210	Padang Nov 2012	ISSN 2301-8208
--	----------	------	-----------------	--------------------	-------------------

Andalas Institute of International Studies
International Relations Department
Faculty of Social and Political Sciences
Universitas Andalas

Andalas Journal of International Studies

ISSN : 2301 - 8208

Published by

Andalas Institute of International Studies – ASSIST

International Relations Department

Faculty of Social and Political Sciences

Universitas Andalas

Padang

Editor in Chief	: Apriwan
Editorial Board	: Ranny Emilia, Yopi Fetrian, Sudarmoko
Associate Editors	: Virtuous Setyaka, Haiyyu Darman Moenir, ZulkifliHarza MuhammadYusra
Design/ lay out	: Rika Isnarti
Editorial Advisory Board	:Kim So-il(Busan University of Foreign Studies) Abu Bakar Eby Hara (University Utara Malaysia, Universitas Jember) Philip Vermonte (CSIS Jakarta) Ari Bainus (Universitas Padjajaran) Muhammad Yunus (Universitas Airlangga)
Editorial Office	: Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Gedung Jurusan – FISIP Universitas Andalas, Lt. 2 Kampus Limau Manis Padang, 25163 Telp/fax: (0751)71266,
Homepage	: http://ajis.fisip.unand.ac.id/

Andalas Journal of International Studies (AJIS) is published twice a year. It is published by ASSIST, contains research and analytical platform dedicated to a better understanding of International issues and aims to craft the alternatives in International Studies. AJIS welcomes for papers which never been published. Summit your paper to our editorial office in conditional, type in A4, consist of 4000-5000 words in *Turabian Style* formatting.

Andalas Journal of International Studies

Vol 1, No 2, November 2012

ISSN 2301-8208

Daftar Isi

Budaya Populer Jepang Sebagai Instrumen Diplomasi Jepang dan Pengaruhnya Terhadap Komunitas-Komunitas di Indonesia	108
Aulia Amalina	
Ketahanan Energi Rusia dan Kerentanan Pasar Asia-Pasifik	123
M. Faris Alfadh	
Mengapa tidak berperang? Norma Politik Luar Negeri Cina dan Konflik Laut Cina Selatan	137
Mohamad Rosyidin	
Religious Terrorism	152
Reza Kavosh	
Efektivitas Official Development Assistance Jepang terhadap Negara Resipien.....	168
Sarah Anabarja	
K-pop and J-pop Influences to University Students in Malang, East Java – Indonesia : A Comparative Public Diplomacy Studies	182
Tonny Dian Effendi	
The Secrecy and Publicity of Diplomacy: Questions to the Theory of Public Diplomacy ...	199
Witri Elvianti	

Preface

We would like to express our gratitude toward God the Almighty for the chances to present the readers our second edition of our first volume. It contains the research manuscripts related to the dynamic issues in security in Asia Pacific and its diplomacy. There are seven articles presented in this edition. On diplomacy issues, the first article was written by Aulia Amalina. She wrote about Japan as one of the states which using its popular culture as diplomacy instrument to achieve its national interest. Its popularity also arise in Indonesia which captivate Indonesian young people's attention. In the end, she found that, the soft power is a significant part of Japan's popular culture diplomacy.

Tony Dian Effendi explains how popular culture in East Asia such as K-Pop and J-Pop influence student university in Malang East Java by using comparative public diplomacy studies. Diplomacy in Asia also arises in organization. By doing research, Sarah Anabarja explores the effectiveness of Official Development Assistance (ODA) of Japan in developing country. In her paper she scrutinizes whether or not the implementation this assistance has effectively reached its target and goals. At the end, from theoretical perspective, Witri Elvianti wrote a paper departed from 9/11 phenomenon entitled The Secrecy and publicity of Diplomacy: Question to the Theory of Public Diplomacy.

From security issues in Asia, we could find some interest articles, such as terrorism issue. Reza Kavosh looks at it's in religion terrorism. He argues that even if some people tend to justify violent acts use religion, nevertheless the basic tenets of most religions are peace and tolerance. Furthermore, Faris Alfadh attempts to explain Russia's energy security until the following decades, and its impact on energy security policy on the Asia-Pacific region. The market vulnerability and inequitable competition among countries in the Asia-Pacific region will increase along with Russia's energy security policy. Mohammad Rosyidin also gives explanation about South China Sea Conflict as one of the most destabilizing factors in Southeast Asia. This article seeks to explain why South China Sea conflict does not lead to war among occupants by using constructivist approach. Finally, all constructive criticism and suggestions are really welcome and highly appreciated so that we can do significant improvement for the upcoming edition. Thank you for the insightful thought and the generosity to care to share the knowledge. The journal is continuing to receive very interesting and high quality manuscripts from all over the world.

Editorial Team

**Budaya Populer Jepang Sebagai Instrumen Diplomasi Jepang dan Pengaruhnya
Terhadap Komunitas-Komunitas di Indonesia**

Aulia Amalina*
gackt_yagiza@yahoo.com

Abstract

Every states in the world needs others to achieve its national interest and to get what its want is needed a power. One of kinds of power is called soft power that is using soft and unforce stuffs. One of kinds of this stuff is populer culture. Populer culture is used as one of the important diplomcy's instrument by a state to achieve its interest. Japan as one of the states which is using its populer culture as diplomacy's intrument. Japan uses its popularity to attract the world especially the young people. Its popularity also occurs in Indonesia, which is Indonesian young people are accepting, liking, and using this culture. This research uses concepts soft power and populer culture diplomacy. This research also use methodology qualitative research which is using Focus Group Discussion, indepht interview, and other resources to collect some datas. There are some conclusion of this research. First, the soft power is really exist in Japan's populer culture diplomacy that makes tendency to consume japan's products by young people in Indonesia. Then, it also impact to Japan's image and position in politics and education by young people in Indonesia.

Keywords : Soft power, populer culture diplomacy, Indonesia young people.

* Alumni Hubungan Internasional Universitas Andalas

Pendahuluan

Budaya bukanlah suatu topik baru dalam dinamika hubungan internasional, budaya telah dijadikan sebagai instrumen diplomasi bagi negara untuk saling berinteraksi. Kajian budaya terus berkembang seiring perkembangan zaman. Salah satu isu kontemporer mengenai budaya yang tumbuh dan berkembang di dunia adalah budaya populer.¹

Jepang adalah negara yang memiliki nilai-nilai budaya tradisional dan masih sangat kental hingga saat ini. Nilai-nilai budaya tradisional yang telah ratusan tahun dianut oleh masyarakat Jepang tetap tumbuh dan berkembang di masyarakat meskipun di tengah era globalisasi². Meski tetap menganut nilai-nilai budaya lama, Jepang menerima pula nilai-nilai budaya baru yang masuk akibat globalisasi. Jepang mengadaptasi dan mengolah kembali nilai-nilai asing tersebut menjadi nilai-nilai budaya baru yang kemudian berkembang dan dikenal sebagai Budaya

Populer Jepang. Adapun contoh budaya Populer Jepang tersebut adalah; *cosplay*³, *harajuku fashion street*⁴, *visual kei*⁵, *anime*⁶, serta *manga*⁷ yang telah lama menjadi ciri khas Negeri Sakura ini.

Pada tahun 2008, Pemerintah Jepang mengangkat Doraemon sebagai duta dari budaya populer Jepang, khususnya budaya *anime*. Doraemon diutus untuk mempromosikan budaya populer serta bahasa Jepang ke berbagai negara, terutama Indonesia dan Brazil. Dua negara ini secara teratur melakukan pertukaran budaya dengan Jepang. Pada tahun 2009, pihak Kementerian Luar Negeri dan Perdana Menteri Jepang saat itu, Tarou Aso mengangkat duta besar budaya

³ Cosplay adalah singkatan dari Kosupure (コスプレ) yaitu istilah dari bahasa Inggris buatan Jepang berupa singkatan dari *Costume and Play*. Dimana suatu hobi berpakaian beserta aksesoris dan rias wajah seperti yang dikenakan oleh tokoh-tokoh dalam Anime, Manga, Games, musisi idola, dll. Para pelaku Cosplay disebut Cosplayer. <http://www.harajukustyle.net/cosplay.htm> diakses pada 2 Desember 2010 jam 14.00 WIB

⁴ Harajuku (原宿) merupakan nama daerah di Jepang yang dijadikan tempat berkumpulnya anak-anak muda Jepang yang mengenakan pakaian-pakaian unik sebagai bentuk pengekspresian diri dan di hari Minggu akan dipadati dengan para cosplayer. http://www.harajukustyle.net/Japanese_street_fashion diakses pada 2 Desember 2010 jam 14.00 WIB

⁵ Style dengan make up yang mencolok, style rambut yang tidak biasa, dan pakaian yang mencolok. Tak adanya pembeda antara pakaian wanita dan pria dan siapapun yang memakainya adalah khas dari style ini, terutama dibidang entertainment adalah hal yang populer dalam style ini. Dipopulerkan oleh band-band rock di Jepang. http://www.harajukustyle.net/visual_kei.htm di akses pada 2 Desember 2010 jam 14.00 WIB

⁶ Kartun Jepang (*anime* adalah singkatan dari pelafalan *animation*)

⁷ Komik Jepang

¹ Budaya Populer adalah budaya berupa gaya hidup, style, ide, perspektif, dan sikap yang melintasi batas budaya tradisional. Budaya yang menarik massa. http://ab-fisip-upnyk.com/files/perilaku_konsumen_Bab_3.pdf diakses pada 11 Mei 2011 jam 13.30 WIB

² Globalisasi adalah sebuah istilah yang memiliki hubungan dengan peningkatan keterkaitan dan ketergantungan antarbangsa dan antar manusia di seluruh dunia melalui perdagangan, investasi, perjalanan, budaya populer, dan bentuk-bentuk interaksi yang lain sehingga batas-batas suatu negara menjadi bias.

The Definition of Globalization. Microsoft Encarta Dictionary. Free Ensiklopedia, 2005

populer lainnya yang disebut dengan *cosplay*.⁸ Duta yang disebut “*kawaii taishi*” atau “*Kawaii Ambassador*” atau Duta Besar ‘Imut’ untuk mempromosikan budaya populer Jepang sepanjang tahun 2009.

Keunikan dari budaya populer Jepang dijadikan sebagai pintu masuk oleh Pemerintah Jepang untuk memulai atau menjalankan diplomasi dengan negara-negara lain, termasuk Indonesia. Dengan pengenalan nilai-nilai budaya yang dilakukan Jepang di Indonesia misalnya melalui sarana *manga* dan *anime*, Jepang berhasil memberikan kesan yang kuat terhadap masyarakat di Indonesia khususnya kaum muda tentang nilai-nilai Jepang. Dalam sejarahnya hubungan Indonesia dan Jepang tidak selalu baik. Jepang pernah menjajah Indonesia dan masyarakat Indonesia mestinya tidak begitu saja menerima kembali kehadiran Jepang, terlebih lagi dengan maksud-maksud untuk dominasi ekonomi. Hubungan diplomatik Indonesia-Jepang dimulai dengan adanya perjanjian Perdamaian antara Republik Indonesia dan Jepang pada tahun 1958.⁹ Pada tahun 2011, hubungan tersebut telah memasuki tahun

ke 53. Seiring waktu, masuknya produk budaya populer ke Indonesia boleh jadi bisa merubah pola pikir masyarakat Indonesia mengenai Jepang.

Semenjak tahun 2000-an budaya populer Jepang telah menyebar luas, terutama dikalangan muda, yaitu pelajar dan mahasiswa. Telah banyak acara-acara yang mengangkat kebudayaan populer Jepang di Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung. Acara-acara kebudayaan Jepang ini pada awalnya dilakukan dengan sangat sederhana oleh kelompok-kelompok anak muda yang mengidentitaskan sendiri sebagai komunitas pecinta dan pemakai budaya Jepang. Komunitas-komunitas ini berkumpul dan saling *sharing* satu sama lainnya, mereka menjadikan produk-produk budaya populer Jepang sebagai bagian dari hidup mereka, seperti kegemaran membaca *manga* menjadi gerbang bagi keinginan mereka untuk menjadi seorang *mangaka* atau pembuat komik, kegemaran atas *anime* menjadi sebuah alasan untuk mempelajari teknik pembuatan animasi, kegemaran atas cara berpakaian masyarakat muda di Jepang dijadikan kiblat mereka dalam berpakaian, kegemaran atas budaya Jepang menarik minat mereka untuk mempelajari bahasa Jepang, dan lain-lain. Komunitas-komunitas ini memiliki keinginan untuk memperkenalkan kebudayaan Jepang

⁸http://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2009/html/h3/h3_04.html diakses pada tanggal 10 juni 2011 pada jam 14.00 WIB

⁹<http://www.deplu.go.id/Lists/BilateralCooperation/DispForm.aspx?ID=56> diakses pada 15 Mei 2011 jam 19.33 WIB

dikalangan masyarakat agar dapat lebih mengenal kebudayaan Jepang yang mereka sukai sehingga eksistensi mereka sebagai komunitas pecinta budaya Jepang dapat diterima oleh masyarakat sehingga dapat lebih terbuka dengan adanya budaya-budaya Jepang yang sedang tumbuh dan berkembang dimasyarakat. Usaha yang dilakukan komunitas-komunitas ini tampaknya membuahkan hasil dimana lambat laun masyarakat lebih mengenaldengan kebudayaan Jepang bahkan telah banyak pihak-pihak yang mengangkat tema Kebudayaan Jepang sebagai suatu *event* bergengsi yang dapat menyedot perhatian masyarakat terutama masyarakat muda. Acara kebudayaan ini didukung penuh oleh pihak-pihak perwakilan Jepang di Indonesia dalam bentukapresiasi dan fasilitas-fasilitas untuk kelancaran kegiatan ini. Pada tahun 2008, Duta Budaya populer *anime* Jepang datang ke Indonesia sebagai simbol 50 tahun ikatan diplomatik Indonesia-Jepang. Tahun 2011 dijadikan pemerintah Jepang bersama dutanya untuk memperkenalkan nilai-nilai budaya Jepang melalui budaya populernya di Indonesia.

Bagi Jepang budaya populer dijadikan sebagai salah satu kebijakan luar negeri yang penting. Budaya populer berfungsi untuk menciptakan dukungan internasional, terutama di kalangan masyarakat dan anak-anak muda.

Disamping berguna bagi pemerintah sebagai alat diplomasi, budaya populer juga bisa berfungsi untuk menarik minat kalangan muda berpartisipasi dalam menjalankan diplomasi kebudayaan. Seperti yang dijelaskan *Advisory Committee on Cultural Diplomacy* bahwa diplomasi kebudayaan sebagai bagian dari diplomasi publik merupakan diplomasi yang dapat menjangkau pemuda¹⁰. Karena bagaimanapun kalangan muda adalah generasi penting yang akan melanjutkan kelangsungan negara nantinya. Sebagaimana munculnya suatu fenomena bahwa suara publik dapat mempengaruhi kebijakan suatu negara¹¹ dan kaum muda sebagai bagian dari publik memiliki peran penting dalam diplomasi ini.

Hipotesis

Dalam penelitian ini penulis berasumsi bahwa produk-produk budaya populer yang masuk ke Indonesia adalah suatu bentuk *soft power* untuk menjalankan diplomasi. *Soft power* dalam bentuk promosi budaya populer, yang digunakan Pemerintah Jepang, dijalankan dengan tujuan mempermudah dalam melakukan hubungan bilateral dengan negara lain. Bentuk-bentuk diplomasi

¹⁰Arndt. Richard T. *The Public Diplomacy Reader* (Washington : The Institute of World Politics Press, 2007),166-167.

¹¹Mellisen. Jan, *The New Public Diplomacy* (New York : Palgrave Macmillan, 2005), 3.

kebudayaan Jepang disesuaikan dengan minat masyarakat Jepang yang disampaikan kepada negara penerima (*host country*), dengan maksud apa yang disukai oleh masyarakat Jepang juga menjadi kegemaran bagi negara penerima. Dengan menawarkan karya-karya yang lebih variatif, modern, dan atraktif, budaya populer Jepang telah menarik perhatian masyarakat, terutama kalangan muda di Indonesia. Maka menjadi penting untuk mempertanyakan pengaruh yang ditimbulkan oleh budaya populer Jepang terhadap komunitas-komunitas kaum muda dan dalam kerangka hubungan bilateral Jepang-Indonesia.

Metode Penelitian

Agar lebih fokus, penulis membatasi penelitian ini pada pengaruh budaya populer sebagai instrumen diplomasi Jepang terhadap masyarakat muda di Indonesia. Masyarakat muda yang dimaksud disini adalah komunitas yang terdiri dari remaja (pelajar) dan mahasiswa yang menerima dan memakai nilai-nilai yang disampaikan melalui budaya populer Jepang. Sehingga nantinya dapat diketahui apakah benar diplomasi budaya populer Jepang tersebut berhasil dan apa pengaruhnya terhadap mereka. Kemudian dari itu diharapkan dapat memberi gambaran tentang daya gunanya untuk mempererat hubungan Jepang-Indonesia. Penelitian ini dilakukan di Padang selaku

kota asal penulis, Jakarta, dan Bandung selaku kota yang memiliki komunitas pemakai budaya Jepang terbanyak dan terbesar di Indonesia. Selain pada komunitas, penelitian juga dilakukan terhadap individu-individu yang terdapat didalam komunitas tersebut. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam lagi mengenai pengaruh budaya populer Jepang terhadap pecinta budaya populer Jepang di Indonesia. Penelitian ini menggunakan sumber-sumber tertulis maupun lapangan. Data-data/informasi yang diperoleh di pelajari dengan teknik kualitatif. Salah satu pendekatan yang digunakan untuk penelitian kualitatif yaitu penelitian mendalam melalui *indepth interview* yaitu berupa percakapan yang memiliki tujuan dimana peneliti mengungkapkan beberapa topik umum terhadap narasumber untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam terhadap suatu kasus¹², dan *Focus Group Discussion* yaitu berupa diskusi kelompok dengan jumlah anggota 4-12 orang yang dipilih berdasarkan karakter tertentu yang relevan untuk mempelajari suatu kasus¹³. Data-data yang didapat digabungkan dengan pemahaman penulis sendiri sehingga dapat terbentuk

¹²Chatherine Marshal and Gretchen B. Rossman. *Designing Qualitative Research* 3rd Edition. ed. Sage, 2002. Hal 108.

¹³ Ibid. 114

suatu pemahaman bersama antara peneliti dan subjek yang diteliti. Adapun tahap-tahap dalam mendapatkan data-data skripsi ini sebagai berikut:

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan studi dokumentasi untuk pengumpulan data awal. Teknik dokumentasi dilakukan untuk mempelajari referensi-referensi yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas. Dalam pengumpulan data primer, penulis mengadakan *Focus Group Discussion* (FGD) terhadap komunitas-komunitas pemakai budaya Jepang di Padang, Jakarta, dan Bandung. Komunitas ini diketahui melalui kenalan peneliti dan juga melalui jejaring sosial dengan menghubungi nomor kontak yang tersedia. Komunitas yang dimaksud adalah *Akamaru* di Padang, *Unlimited* dan *Lunar Team* di Bandung, serta *Machipot* dan *Morning MusumeIndonesia* (MMI) di Jakarta.

Selain melakukan FGD bersama komunitas, penulis juga melakukan *indepth interview* dengan individu-individu yang tergabung dalam komunitas tersebut, tetapi narasumber bukanlah anggota yang terlibat pada kegiatan FGD. Hal ini dilakukan agar dapat diketahui bagaimana pengaruh budaya populer Jepang terhadap komunitas pecinta budaya

populer Jepang dan produk budaya populer Jepang mana yang paling memberikan pengaruh besar dalam proses transfer nilai-nilai oleh Jepang terhadap komunitas.

Selain dengan para pecinta budaya populer Jepang, peneliti juga melakukan *indepth interview* terhadap pihak perwakilan Jepang di Indonesia. Narasumber tersebut yaitu bersama Ibu Diana perwakilan *Japan Foundation*. Peneliti tidak dapat melakukan wawancara dengan pihak *JapanEmbassy* di Jakarta, tetapi peneliti berhasil melakukan wawancara singkat dengan pihak Konsulat Jenderal Jepang di Medan bagian pendidikan dan kebudayaan yaitu bersama Bapak Saito Akiro melalui sarana telepon. Peneliti juga melakukan wawancara melalui email dengan pihak *Japan Organization Student Services Organization* (JASSO). Selain perwakilan Jepang di Indonesia, peneliti juga melakukan interview terhadap pihak pemerintahan Indonesia yaitu Kementerian Luar Negeri Indonesia.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan pihak media yang berperan dalam memperkenalkan kebudayaan Jepang baik budaya populer maupun tradisional. Peneliti menghubungi nomor kontak yang tersedia pada situs resmi dari media yang ingin diwawancara. Media yang dimaksud adalah *Animonster* bersama Ibu Lily selaku Pimpinan Redaksi majalah

Animonster dan pihak media *online* Halo Jepang bersama Bapak Arry Raymond selaku Editor *Online* Halo Jepang.

Peneliti juga mengumpulkan data-data yang dapat menunjang penulisan ini yang didapat dari berbagai media cetak seperti koran, majalah, buku-buku, jurnal, atau media elektronik seperti internet. Contoh data yang diambil dari media elektronik adalah data pelengkap pada jumlah *event* yang diadakan di Bandung dan Jakarta.

Teknik Analisis Data

Pada tahap analisis data, peneliti memakai teknik interpretasi atas berbagai data, merangkainya sesuai dengan tujuan penelitian, lalu menjelaskan arti penting untuk menjawab permasalahan penelitian. Dalam kegiatan *interview* dan FGD peneliti juga sekaligus melakukan analisa dari serangkaian argumentasi melalui penggalan dan pendalaman terhadap pernyataan-pernyataan para subjek, kemudian didapatkan suatu pemahaman tentang fakta-fakta yang didapat. Fakta-fakta tersebut berupa kecenderungan sikap para pecinta budaya populer Jepang atas nilai-nilai, kebiasaan, dan produk-produk Jepang. Pernyataan-pernyataan yang didapat dari pihak Jepang juga dianalisis dengan menginterpretasikan informasi tersebut, sehingga dapat dijelaskan hubungan-hubungannya antara budaya

populer Jepang dengan teknik diplomasi khususnya penggunaan *soft power*.

Hasil Penelitian

Salah satu instrumen penting dalam diplomasi Jepang adalah budaya populernya. Budaya populer Jepang dianggap memiliki potensi besar dalam menarik minat dunia terhadap Jepang. Hal ini terbukti dari kesuksesan budaya populer Jepang yang mendunia dan menjadikan Jepang sebagai negara yang memiliki kebudayaan yang berpengaruh di dunia. Sasaran utama dalam diplomasi ini adalah generasi muda, dimana generasi muda dianggap sebagai penerus penting dalam kelangsungan jalannya pemerintahan suatu negara. Pengaruh tersebut dianggap sebagai bentuk dari adanya unsur-unsur *soft power* dalam jalannya diplomasi budaya populer tersebut. Nye menyatakan bahwa *soft power* adalah kemampuan untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan dengan cara yang menarik perhatian¹⁴. Menurut Nye, terdapat 3 faktor dalam *soft power* yaitu : (1) Budaya, yaitu untuk menarik perhatian negara lain, (2) Nilai-nilai Politik, yaitu cara suatu negara bersikap terhadap negara lain baik di negara sendiri maupun di negara lain, dan

¹⁴<http://net.educause.edu/ir/library/pdf/FFP0502S.pdf> hal 11, diakses pada tanggal 1 Januari 2012 jam 13.00 WIB

(3) Kebijakan Luar Negeri, yaitu bentuk legitimasi suatu negara dan otoritas moral¹⁵. Budaya sebagai kesatuan nilai dan praktek yang menciptakan suatu pemahaman masyarakat. Ketika kebijakan suatu negara mempromosikan kebudayaannya dengan menyertakan nilai-nilai, maka akan memunculkan ketertarikan dari negara lain. Hubungan seperti ini dapat meningkatkan kemungkinan dalam pencapaian kepentingan suatu negara.

Ada banyak produk budaya populer Jepang yang masuk dan berkembang di Indonesia. Diantara produk-produk budaya populer tersebut, *Anime* menjadi produk budaya populer Jepang yang paling berpengaruh dalam memperkenalkan Jepang di Indonesia. Tayangan *Anime* dikonsumsi oleh para pecinta budaya populer Jepang sejak kecil. *Anime* menjadi gerbang dalam mengenal budaya populer Jepang yang lain. Tidak hanya budaya populer saja, bahkan budaya tradisional dan kebiasaan masyarakat Jepang. Minat atas budaya populer Jepang di Indonesia terus meningkat pada tahun 2000-an hingga sekarang. Terbukti dengan meningkatnya jumlah *event* Jepang yang diadakan di tiap-tiap kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Padang, dan lain-

lain. Peningkatan ini juga berbanding lurus dengan minat generasi muda Indonesia terhadap produk-produk Jepang dan pendidikan di Jepang. Selain itu, nilai-nilai dan kebiasaan masyarakat Jepang juga telah menjadi bagian dari keseharian mereka. Pengaruh-pengaruh yang ditimbulkan inilah yang kemudian akan dihubungkan pada penggunaan budaya populer sebagai instrumen diplomasi Jepang dan bentuk *soft power* yang terdapat didalamnya.

Pada diplomasi budaya populer Jepang, terdapat unsur *soft power* didalamnya. *Soft power* tersebut dapat dilihat melalui pengaruh-pengaruh yang dialami oleh pecinta budaya populer Jepang di Indonesia. Pola pikir dan cara pandang yang terbentuk terhadap Jepang, serta keputusan yang diambil dalam menentukan pilihan adalah bentuk *soft power*. Pada awalnya, hal ini dianggap remeh dan tidak penting, karena *soft power* yang terdapat pada budaya populer Jepang bukanlah hal yang dapat dilihat begitu saja. Setelah melakukan wawancara secara khusus kepada pecinta budaya populer Jepang, maka dapat diketahui *soft power* seperti apa yang diharapkan Jepang demi kepentingan nasionalnya.

Melalui budaya populer Jepang, generasi muda Indonesia mengenal Jepang secara keseluruhan. Baik itu budaya populernya, tradisional, nilai, dan

¹⁵<http://net.educause.edu/ir/library/pdf/FFP0502S.pdf> hal 11, diakses pada tanggal 1 Januari 2012 jam 13.00 WIB, 12

kebiasaan masyarakat Jepang. Selain hal positif, tentu saja ada hal negatif. Tetapi hal tersebut tidak menjadi alasan untuk tidak menyukai Jepang, begitu pula dengan masa lalu Jepang terhadap Indonesia. Dengan mengkonsumsi budaya populer Jepang setiap hari, maka meningkatkan minat generasi muda Indonesia terhadap Jepang. Semakin meningkatnya minat terhadap Jepang, juga meningkatkan minat terhadap bahasa Jepang. Kemudian semakin tingginya minat terhadap bahasa Jepang, meningkatkan keinginan ke Jepang untuk belajar, bekerja, maupun wisata.

Jepang menjadi negara idaman dan dijadikan tujuan untuk menuntut ilmu oleh generasi muda Indonesia. Dengan meningkatnya minat terhadap pendidikan di Jepang, akan memberikan keuntungan bagi Jepang. Untuk itu Pemerintah Jepang pun memberikan wadah dengan berbagai beasiswa dan pelatihan bagi pelajar, guru, pegawai pemerintahan, perawat, dan lain-lain. Meningkatnya minat pendidikan ke Jepang, akan meningkatkan penerapan standar ilmu dan standar pengajaran Jepang di Indonesia. Nilai-nilai yang didapat dari Jepang pun akan dibawa pulang oleh para alumni dari Jepang. Nilai-nilai tersebut akan disalurkan melalui lembaga maupun pribadi. Para alumni tersebut membentuk suatu perkumpulan

alumni Jepang, keberadaannya pun diketahui oleh pihak Jepang di Indonesia.

Keadaan ini merupakan bentuk politik praktis jangka panjang bagi Jepang, dimana Pemerintah Jepang menggunakan siklus budaya populer Jepang untuk mengukuhkan posisinya dimata generasi muda Indonesia. Pola pikir dan cara pandang terhadap Jepang akan terus berkembang melalui budaya populernya. Semakin baik pandangan yang tercipta, maka akan semakin menguntungkan bagi Pemerintah Jepang. Semakin baik posisi Jepang di Indonesia, semakin lancar pencapaian kepentingannya di Indonesia.

Pengaruh lain yang dialami oleh generasi muda Indonesia adalah kecenderungan dalam mengkonsumsi produk Jepang, seperti makanan, minuman, pakaian, aksesoris, dan lain-lain. Produk Jepang ini merupakan barang-barang yang dikonsumsi setiap hari. Pecinta budaya populer Jepang lebih memilih mengkonsumsi masakan Jepang daripada masakan dari negara lain, kemudian lebih memilih mengkonsumsi minuman buatan Jepang seperti *Pocari Sweat*, *U C1000*, *NU Green tea*, dan lain-lain dibandingkan minuman merek lain. Hal ini juga berlaku pada produk Jepang yang lain, seperti pembelian *anime*, *manga*, *artbook*, *photobook*, *film*, *action figure* asli Jepang. Selain itu juga membeli tiket konser idola atau mengikuti perlombaan *cosplay* di

Jepang. Barang-barang ini dibeli baik secara langsung maupun pemesanan secara *online*, tentu saja dengan harga yang tidak murah. Para pecinta budaya populer Jepang di Indonesia, rela mengeluarkan biaya yang tidak sedikit demi memenuhi keinginan dan hobi.

Soft power berlaku dalam mempengaruhi sikap dan perilaku atas kecenderungan mengkonsumsi produk dari Jepang. Kecintaan akan budaya populer Jepang, berimbas pada pembelian produk-produk Jepang dalam memenuhi kebutuhan hobi. Selain itu, kecintaan terhadap Jepang berefek pada kecenderungan untuk membeli produk buatan Jepang dibandingkan produk negara lain. Pola pikir ini membentuk suatu pandangan bahwa produk Jepang memiliki kualitas yang lebih baik daripada produk negara lain. Dengan mengenal Jepang, pengetahuan akan dunia kerja di Jepang juga bertambah, sehingga meningkatkan kepercayaan bahwa Jepang memiliki kualitas produk yang baik.

Keadaan ini tentu saja menguntungkan bagi Pemerintah Jepang, dimana produk Jepang terjual di antara generasi muda Indonesia. Pada diplomasi budaya populer, Pemerintah Jepang fokus pada penjualan produk industri kreatif yang cenderung dikonsumsi setiap hari. Jepang juga menggunakan budaya populernya untuk memperkenalkan

industri otomotif dan elektronik. Dengan memunculkan produk-produk ini di *anime*, *manga*, maupun *dorama* akan membuka wawasan generasi muda mengenai produk-produk Jepang lain. Hal ini terbukti adanya keinginan untuk memiliki *handphone* buatan Jepang yaitu *Docomo* yang bahkan tidak masuk pasaran Indonesia. Industri otomotif dan elektronik Jepang menggunakan budaya populer dalam kegiatan *launching* dan promosi produk terbarunya. Melalui budaya populernya, Jepang memperlihatkan kecanggihan elektronik, otomotif, dan teknologi tinggi. Sehingga membentuk suatu pemahaman bahwa Jepang selalu selangkah lebih maju dari negara lain di dunia. Keadaan seperti inilah yang diinginkan Pemerintah Jepang melalui diplomasi budaya populernya. Pemerintah Jepang tidak hanya menginginkan posisi secara politis, tetapi juga posisi secara ekonomis di Indonesia. Pengaruh jangka panjang ini dapat membentuk suatu pola pikir baru dan butuh waktu yang panjang pula untuk menghilangkannya, karena pandangan mengenai Jepang sudah begitu melekat terhadap generasi muda di Indonesia.

Menjadikan generasi muda sebagai sasaran utama dalam diplomasi budaya populer Jepang, juga merupakan bentuk kepentingan Jepang. Dengan menciptakan pola pikir dan pandangan terhadap Jepang dalam jangka waktu yang lama, membuat

generasi muda Indonesia tumbuh sebagai penerus bangsa yang memiliki kecenderungan terhadap Jepang. Bukanlah hal yang tidak mungkin nantinya akan mempengaruhi keputusan-keputusan maupun kebijakan-kebijakan Indonesia terhadap Jepang nantinya. Dengan menjadikan hobi masyarakat Jepang menjadi hal yang disukai pula di Indonesia dan menjadikan produk Jepang juga dikonsumsi di Indonesia adalah bentuk sedang berjalannya *soft power* Jepang di tengah-tengah generasi muda Indonesia.

Bagi Pemerintah Jepang, dengan disukainya Jepang oleh generasi muda Indonesia adalah bentuk penerimaan masyarakat muda Indonesia terhadap Jepang. Jika melihat kebelakang, keadaan setelah masuknya budaya populer Jepang ke Indonesia dan kemudian disukai oleh generasi muda Indonesia, hubungan Indonesia-Jepang jauh lebih baik. Peningkatan investasi Jepang, intensitas kerjasama perdagangan, pendidikan, kebudayaan, dan lain-lain. Perkembangan budaya populer Jepang, juga meningkatkan minat generasi muda terhadap Jepang. generasi muda adalah penerus dari kelangsungan negara, dengan peningkatan minat terhadap Jepang maka di masa mendatang akan berperan dalam menjembatani hubungan Indonesia dan Jepang.

Daftar Pustaka

Buku

- Arndt. Richard T. *The Public Diplomacy Reader*. Washington : The Institute of World Politics Press, 2007.
- Bandoro, Bantarto (Ed.) *Hubungan Luar Negeri Indonesia Selama Order Baru*. Jakarta: Centre for Strategic and International Studies, 1994.
- Denzin.Norma K. and Yvonna S. Lincoln.*Handbook of Qualitative Research*. New delhi : Sage Publication, 1997.
- Geertz. Clifford. *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books,1973,2000.
- Honigmann.J.J.*The World of Man*. New York: Harper and Brothers,1959.
- Iskandar. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press, 2008.
- Jr. Joseph Nye S. *Soft Power*. New York : Public Affairs, 2004.
- Kartikasari. Wahyuni. *Diplomasi Kebudayaan*. Yogyakarta: Diktat Kuliah UMY, 2006.
- Koentjaraningrat. *Pengantar Ilmu Antropologi* .Jakarta : PT RINEKA CIPTA,1990.
- Mahmud, St. BA, A. Manan Rajo Pangulu. *Himpunan Tambo Minangkabau dan Bukti Sejarah*. Medan : Pustaka Indonesia, 1987.

- Marshal, Chaterine and Gretchen B. Rossman. *Designing Qualitative Research* 3rd Edition.ed. Sage, 2002.
- Mellisen. Jan, *The New Public Diplomacy*. New York : Palgrave Macmillan, 2005.
- Moleong.Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000.
- Ricklefs. M. C. *A History of modern Indonesia since c. 1200*.Hampshire :Palgrave, 2001.
- Ronald. Keltz. *Japan America: how japan pop culture invaded US* . New York : Palgrave Macmillan 2006.
- Roy. S. L. (1995). *Diplomacy*, Alih Bahasa Harwanto, Mirsawati, *Diplomasi*, Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Seib. Philip. *Toward a New Public Diplomacy*. New York : PALGRAVE MACMILLAN, 2009.
- Setiono. Benny. G. *Tionghoa dalam Pusaran Politik* .Jakarta : ELKASA, 2002.
- Sharp. Paul. *Diplomatic Theory of International Relation*. New York : Cambridge University Press, 2009.
- Srinati. Dominic. *An Introduction of Popular Culture*. Alih bahasa Abdul Mukhid.Yogyakarta : PT Bentang Pustaka. 1995.
- Williams. R. *Keywords : A Vocabulary of Culture and Society*. London : Penguin, 1976.
- Yasushi.Watanabe and David L. McConnell.*Soft Power Super Power*.New York :An East Gate Book, 2008.
- Jurnal dan Artikel**
- Christensen. Asger Røjle. *Cool Japan, Soft Power* (Denmark : 15 April 2011), 1. http://english.hani.co.kr/arti/english_edition/e_international/471476.html (diakses pada 24 Juni 2011 : 10.04 WIB)
- Considerations about the nature of Japanese cultural exports*. Birkbeck, University of London. (September , 2008). http://blog.tripu.info/wp-content/uploads/2008/09/tripu-paper_japanese_cultural_exports.pdf . (diakses pada 10 Maret 2011 : 19.30).
- Hans and George Wieck. *Diplomacy and Globalization. Safety of global Communications – Principal Mission of Modern Diplomacy*, Berlin : July, 2006. [http://www.hans-georg-wieck.com/ .../Diplomacy%20and%20Globalization.pdf](http://www.hans-georg-wieck.com/.../Diplomacy%20and%20Globalization.pdf) (diakses pada 3 Desember 2010 : 15.00).

- Hujatnikajennong. Agung. *Makalah Seni Rupa Kontemporer Jepang*. Komunitas Salihara. Oktober, 2010.
http://www.salihara.org/.../2010/..../diskusi-pameran_seni_rupa_kontemporer_jepang.pdf. (diakses pada 10 Maret 2011 : 19.30).
- Japan's cultural affairs gets dose of cute factor* (3 September 2009, <http://www.welt.de/english-news/article3362830/Japans-cultural-affairs-gets-dose-of-cute-factor.html>).(diakses pada 2 Desember 2010 jam 14.00 WIB)
- Japan's Pop Culture Broadens Its International Reach*. 4 September 2009, http://www.gov-online.go.jp/pdf/hlj_ar/vol_0026e/10-13.pdf.(diakses pada 2 Desember 2010 jam 14.00 WIB)
- Jr. Charles Wolf and Brian Rosen. *Public Diplomacy, how to think about and improve it*, 2004. http://www.rand.org/pubs/occasional_papers/2004/RAND_OP134.pdf (diakses pada 10 maret 2011 : 19.30 WIB).
- Lam, Peng Er. *Japan's Quest for "Soft Power": Attraction and Limitation* 2007.
<http://www.springerlink.com/index/17260715WR373218.pdf>. (diakses pada 11 Juli 2011 : 16.00 WIB)
- Mahendra P. Utama, *Globalisasi, Diplomasi Kebudayaan, dan Komodifikasi Budaya*, Semarang : Jurusan Sejarah Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro, 2007.
<http://www.staff.undip.ac.id/sastra/mahendra/2009/07/23/16/>(diakses pada 10 Maret 2011 : 19.30 WIB).
- McGray. Douglas. *Japan Gross National Cool. Foreign Policy Magazine* (2002).
- Meng. Xu. *Re-Exploring on Japanese Values Diplomacy*. China : International Studies University of PLA Nanjing, January 2009, <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ass/article/download/537/518> (11 Mei 2011 jam 13.10 WIB)
- Mori. Sumiko. *Japan's Public diplomacy and Regional Integrastion in East Asia Using Japan's Soft Power* (2006).
<http://www.wefia.harvard.edu/us-japan/research/pdf/06-10.mori.pdf>. (diakses pada 10 Maret 2011 : 19.30 WIB).
- Ogoura. Kazuo. *Japan's Postwar Cultural Diplomacy*, Berlin :Center for Area Studies, Freie Universität,

2008. http://www.fu-berlin.de/sites/cas/forschung/.../CAS-WP_No_1-08_abstract.pdf.

(diakses pada 10 Maret 2011 : 19.30 WIB).

The Edward R. Murrow Center, The Fletcher School, Tufts University, 14 July 2005 <http://fletcher.tufts.edu/murrow/public-diplomacy.html> . (diakses pada 10 Maret 2011 : 19.30 WIB).

Website

http://Archive.waccglobal.org/wacc/publications/media_development/archive/2001_3/japanese_popular_culture_and_east_asian_modernities (diakses pada tanggal 10 juni 2011 pada jam 14.00 WIB)

http://ditjenkpi.kemendag.go.id/index.php?module=country_profile_detail&country_id=JPY (diakses pada tanggal 30 Desember 2011 jam 16.00 WIB)

<http://infoduniafilan89.blogspot.com/2010/04/perkembangan-animasi-jepang.html> (diakses pada tanggal 09 Mei 2011 jam 22.58 WIB)

http://japanlunatic.jw.lt/all_japan/Manga (diakses pada tanggal 09 Mei 2011 jam 22.58 WIB)

http://japanlunatic.jw.lt/all_japan/Manga (diakses pada tanggal 09 Mei 2011 jam 22.58 WIB)

<http://net.educause.edu/ir/library/pdf/FFP0502S.pdf> (diakses pada tanggal 1 Januari 2012 jam 13.00 WIB)

<http://www.cetak.kompas.com/Jepangdimata> takita terbitan Jumat,19 Maret 2010

<http://www.deplu.go.id/Lists/BilateralCooperation/DispForm.aspx?ID=56> (diakses pada 15 Mei 2011 jam 19.33 WIB)

<http://www.harajukustyle.net/cosplay.htm> (diakses pada 2 Desember 2010 jam 14.00 WIB)

http://www.harajukustyle.net/gothic_lolita.htm (diakses pada 2 Desember 2010 jam 14.00 WIB)

http://www.harajukustyle.net/Japanese_street_fashion (diakses pada 2 Desember 2010 jam 14.00 WIB)

http://www.harajukustyle.net/visual_kei.htm (diakses pada 2 Desember 2010 jam 14.00 WIB)

http://www.id.emb-japan.go.jp/oda/id/whatisoda_01.htm (diakses pada tanggal 01 Januari 2012 jam 07.00 WIB)

http://www.id.emb-japan.go.jp/oda/id/whatisoda_02.htm (diakses pada tanggal 01 Januari 2012 jam 07.00 WIB)

<http://www.inilah.com/berita/selamat-pagi-indonesia/2007/09/25/674/doktrin-fukuda/> (diakses pada tanggal 20 Maret 2012 jam 20.00 WIB)

http://www.jpfr.or.id/id/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=19&Itemid=31 (10 juni 2011 jam 15.30 WIB)

<http://www.katsushikahokusai.org/> (diakses pada tanggal 09 Mei 2011 jam 22.58 WIB)

<http://www.kemlu.go.id/Pages/IFPDDisplay.aspx?Name=BilateralCooperation&IDP=63&P=Bilateral&l=id> (diakses pada tanggal 30 Desember 2011 jam 16.00 WIB)

<http://www.lautanindonesia.com/forum/index.php?topic=1124.380> diakses pada tanggal 3 Maret 2012 jam 14.00 WIB

<http://www.meti.go.jp/english/information/downloadfiles/cInfo031216e.pdf> (diakses pada 11 Juli 2011 jam 16.00)

http://www.meti.go.jp/english/policy/mono_info_service/creative_industries/pdf/120116_01a.pdf (diakses pada 20 Januari 2012 jam 19.12 WIB)

http://www.meti.go.jp/english/policy/mono_info_service/creative_industries/creative_industries.html#outline (diakses pada 20 Januari 2012 jam 19.12 WIB)

http://www.meti.go.jp/english/press/2012/0110_02.html (diakses pada 20 Januari 2012 jam 19.12 WIB)

http://www.meti.go.jp/english/press/data/pdf/20101001_01a.pdf (diakses pada 11 Juli 2011 jam 16.00)

<http://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/index.html> (diakses pada 11 Juli 2011 jam 16.00)

http://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2009/html/h3/h3_04.html (diakses pada tanggal 10 juni 2011 pada jam 14.00 WIB)

<http://www.nusantara-news.com/jakartashinbun>'sonlinejurnal terbitan minggu pertama Maret 2009.

<http://www.prayersfromcosplayers.com/index.php?lang=en> (diakses pada tanggal 30 Desember 2011 16.00 WIB)

<http://www.tnol.co.id/en/community/club/7686-the-japanese-culture-lovers-komutoku.html> (diakses pada tanggal 19 Juli 2011 jam 11.00 WIB)

<http://www.tnol.co.id/en/community/club/7686-the-japanese-culture-lovers-komutoku.html> (diakses pada tanggal 19 Juli 2011 jam 11.00 WIB)

<http://www.wikimu.com/News/DisplayNews.aspx?id=14994> (diakses pada 11 Mei 2011 jam 13.10 WIB)

PETUNJUK PENULISAN

1. Artikel harus orisinal dan belum pernah dimuat di media penerbitan lain atau sedang dipertimbangkan untuk dipublikasikan.
2. Tulisan ditulis dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris
3. Jumlah kata 4000-5000 Kata dengan format penulisan *Turabian Style*.
4. Sistematika Penulisan artikel sebagai berikut :
 - a. Judul (spesifik dan efektif, maksimal 15 kata)
 - b. Nama Penulis
 - c. Abstrak dalam Bahasa Inggris (150-200 kata)
 - d. Kata-kata kunci (5 kata)
 - e. Pendahuluan
 - f. Metode Penelitian (untuk artikel hasil penelitian)
 - g. Hasil dan pembahasan
 - h. Kesimpulan dan Saran
 - i. Bibliografi
5. Berikut adalah contoh penulisan (Style Turabian) catatan kaki (**N**) dan sekaligus contoh penulisan pada bibliografi (**B**). Panduan ini berasal dari buku *A Manual for Writers of Term Papers, Theses, and Dissertations* ed. yang ditulis Kate L. Turabian.

Catatan: Pengutipan pada sumber berupa ide atau kutipan langsung harus muncul dalam catatan kaki dalam angka yang berurutan.

Pengutipan untuk pertama kalinya harus dilakukan secara penuh; nama (nama pertama lebih dulu), judul, tempat, penerbit, tahun dan nomor halaman atau bagian yang dikutip. Pengutipan selanjutnya untuk karya yang sama bisa disingkat.

Buku

Dua Penulis

N 1. Kai Bird and Martin J. Sherwin, *American Prometheus: The Triumph and Tragedy of J. Robert Oppenheimer* (New York: Alfred A. Knopf, 2005), 52.

B Bird, Kai, and Martin J. Sherwin. *American Prometheus: The Triumph and Tragedy of J. Robert Oppenheimer*. New York: Alfred A. Knopf, 2005.

Bentuk Singkat dari Satu karya yang sebelumnya sudah pernah dikutip

Ketika satukarya yang

dikutip telah dikutip sebelumnya dan langsung pada satu halaman berikutnya dikutip.

N 20. Philip Ball, *Bright Earth: Art and the Invention of Color* (New York: Farrar, Straus and Giroux, 2001), 140.

N 21. Ibid., 145.

Jika karya yang dikutip sudah pernah dikutip sebelumnya, tapi tidak langsung pada satu halaman yang sama dan hanya satukarya dari penulis yang sama pernah dikutip

N 22. Ball, 204.

Jika dua atau lebih karya sudah pernah dikutip sebelumnya, gunakan tambahan judul singkat

N 23. Ball, *Bright Earth*, 204.

6. Naskah dialamatkan pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Gedung Jurusan – FISIP Universitas Andalas, Lt. 2 Kampus Limau Manis Padang, 25163 Telp/fax: (0751)71266,

Formulir berlangganan	
Andalas Journal of International Studies	
Mohon dicatat sebagai pelanggan Andalas Journal of International Studies	
Nama:	
Alamat :	
Telp/ HP :	
e-mail :	
Jumlah Berlanggan:	 Eksamplar
Biaya berlangganan saya kirim lewat rekening a/n Bank no Rekening	

Biaya berlangganan 1 eksamplar atau 1 edisi terbit Rp. 35.000,,- sudah termasuk Ongkos kirim

Andalas Journal of International Studies, is a journal for scholars, observers, and researchers in international studies in expressing ideas and thoughts related to the dynamic and issues of international relations. The dynamics of contemporary in international relations are increasingly complex. It demands the academic community to provide ideas that are more creative, brilliant and helpful for humanity. From these conditions, this journal comes to participate in scholarly discourse within the framework of strengthening the scientific community of international relations more solid and dynamic. Andalas Journal of International Studies to carry the ideals of unity not only in the frame of the mainstream, but is also present in the struggle optimism alternative ideas, like the spirit of crafting the alternatives from the corner of the community in the ideal arrangement for a better understanding in International Studies

ISSN 2301-8208