

**ANALISIS *PEOPLE-TO-PEOPLE DIPLOMACY* DALAM MENDUKUNG  
DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA  
STUDI KASUS: JEROME POLIN MELALUI KONTEN *WASEDA BOYS  
INDONESIA TRIP***

**(Skripsi)**

**Oleh**

**DITA RIFDHAH PADHILAH  
NPM 2216071006**



**HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2026**

## ABSTRAK

### ANALISIS *PEOPLE-TO-PEOPLE DIPLOMACY* DALAM MENDUKUNG DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA STUDI KASUS: JEROME POLIN MELALUI KONTEN *WASEDA BOYS INDONESIA TRIP*

Oleh

**DITA RIFDHAH PADHILAH**

Perkembangan media digital menunjukkan bahwa konten kreatif tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana diplomasi budaya. Platform YouTube memungkinkan aktor non-negara berperan dalam menyebarkan nilai-nilai budaya lintas negara. Salah satu contohnya adalah konten *Waseda Boys Indonesia Trip* pada kanal Nihongo Mantappu oleh Jerome Polin yang menampilkan interaksi budaya Indonesia dan Jepang secara personal dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Jerome Polin sebagai aktor non-negara dalam membangun *people-to-people diplomacy* guna mendukung diplomasi budaya Indonesia di Jepang.

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*) dengan dominasi kualitatif deskriptif dan kuantitatif sebagai data pelengkap. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi konten video *serial Waseda Boys Indonesia Trip*, kemudian analisis statistik keterlibatan *audiens*, serta analisis komentar berbahasa Jepang. Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi budaya, *people-to-people diplomacy*, dan teori *soft power* sebagai kerangka analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jerome Polin berperan sebagai penghubung budaya antara Indonesia dan Jepang melalui penyampaian pengalaman budaya yang autentik, interaksi lintas budaya, serta keterlibatan emosional dalam konten. Konten *Waseda Boys Indonesia Trip* mampu membentuk persepsi positif, meningkatkan ketertarikan *audiens* Jepang terhadap budaya Indonesia, serta memperkuat praktik diplomasi budaya berbasis masyarakat di era digital.

Kata Kunci: Diplomasi Budaya, Jerome Polin, *People-To-People Diplomacy*

## **ABSTRACT**

### **AN ANALYSIS OF PEOPLE-TO-PEOPLE DIPLOMACY IN SUPPORTING INDONESIA'S CULTURAL DIPLOMACY: A CASE STUDY OF JEROME POLIN THROUGH OF WASEDA BOYS INDONESIA TRIP CONTENT**

**By**

**DITA RIFDHAH PADHILAH**

The development of digital media indicates that creative content no longer functions solely as entertainment, but also as a medium for cultural diplomacy. Platforms such as YouTube enable non-state actors to play a role in disseminating cultural values across countries. One example is the Waseda Boys Indonesia Trip content on the Nihongo Mantappu channel by Jerome Polin, which presents interactive and personal cross-cultural experiences between Indonesia and Japan. This study aims to analyze the role of Jerome Polin as a non-state actor in building people-to-people diplomacy to support Indonesia's cultural diplomacy in Japan. This research employs a mixed methods approach with a dominant qualitative descriptive method and quantitative data as a complement. Data collection techniques include video content observation of Waseda Boys Indonesia Trip, analysis of audience engagement statistics, and analysis of Japanese-language comments. This study applies the concepts of cultural diplomacy, people-to-people diplomacy, and the theory of soft power as its analytical framework. The results show that Jerome Polin acts as a cultural bridge between Indonesia and Japan through the delivery of authentic cultural experiences, cross-cultural interactions, and emotional engagement within the content. The Waseda Boys Indonesia Trip content is able to create positive perceptions, increase Japanese audiences' interest in Indonesian culture, and strengthen people-based cultural diplomacy practices in the digital era.

**Key Words:** Cultural Diplomacy, Jerome Polin, People-To-People Diplomacy

**ANALISIS *PEOPLE-TO-PEOPLE DIPLOMACY* DALAM MENDUKUNG  
DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA  
STUDI KASUS: JEROME POLIN MELALUI KONTEN *WASEDA BOYS  
INDONESIA TRIP***

**Oleh**

**DITA RIFDHAH PADHILAH**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL**

**Pada**

**Jurusan Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2026**

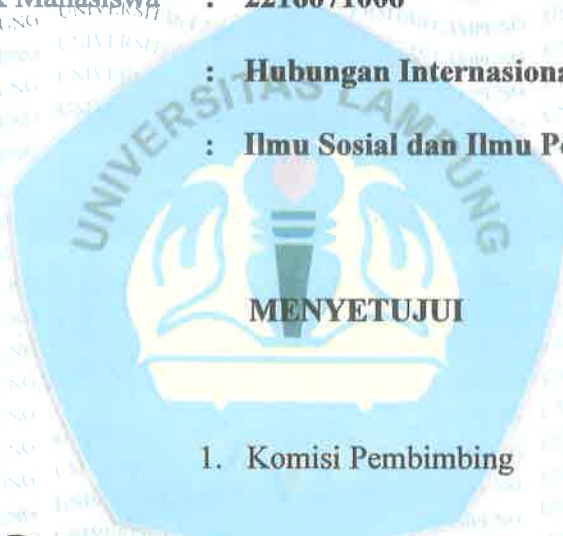
**Judul Skripsi** : **ANALISIS *PEOPLE-TO-PEOPLE*  
DIPLOMACY** DALAM MENDUKUNG  
**DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA**  
**STUDI KASUS: JEROME POLIN**  
**MELALUI KONTEN WASEDA BOYS**  
**INDONESIA TRIP**

**Nama Mahasiswa** : **Dita Rifdhah Padhilah**

**Nomor Pokok Mahasiswa** : **2216071006**

**Jurusan** : **Hubungan Internasional**

**Fakultas** : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



1. **Komisi Pembimbing**

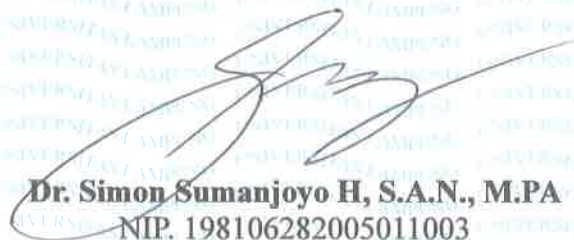


**Roby Rakhmadi, S. Sos., M.Si.**  
NIP. 199006062019031019



**Dr. Arie Fitria, S.IP., MT, DEA**  
NIP. 197809022002122007

2. **Ketua Jurusan Hubungan Internasional**



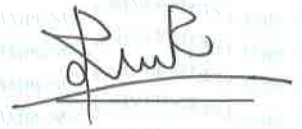
**Dr. Simon Sumanjoyo H, S.A.N., M.PA**  
NIP. 198106282005011003

**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua**

**: Roby Rakhmadi, S.Sos., M.Si.**



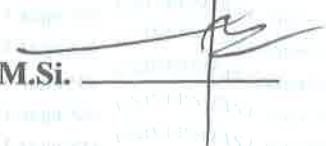
**Sekretaris**

**: Dr. Arie Fitria, S. IP., MT, DEA**



**Penguji Utama**

**: Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si.**



**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.**

**NIP. 197608212000032001**

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 4 Mei 2026**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan komisi pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandarlampung, 7 April  
Yang membuat pernyataan,

2026



Dita Rifdhah Padhilah  
NPM 2216071006

## RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap peneliti Dita Rifdhah Padhilah, lahir di Batu Kajang 5 Juli 2004, merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bejo Purwanto dan Suprapti Lestari. Dita menyelesaikan pendidikan formal di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 020 Gedong Tataan pada tahun 2016, Sekolah Menengah Pertama Swasta (MTs) Diniyyah Putri Lampung pada tahun 2019, dan Sekolah Menengah Atas (MA) Diniyyah Putri Lampung pada tahun 2022.

Saat ini, Dita adalah mahasiswi Jurusan Hubungan Internasional di Universitas Lampung, diterima melalui jalur SNMPTN. Selama kuliah, ia aktif dalam berbagai kegiatan kepanitiaan, organisasi dan perlombaan seperti, juara 3 lomba orasi nasional oleh Polgovdays UGM tahun 2022, juara 3 lomba orasi nasional oleh HMJ Ilmu Pemerintahan tahun 2023, dan juara 2 *News Anchor* oleh LPM-Peristiwa tahun 2023. Selain itu, Dita telah menjalani Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Seputih Mataram, Kabupaten Lampung Tengah, serta melaksanakan magang mandiri di PT. Lampung Geh Helau sebagai Reporter pada tahun 2023.

Dita memiliki kemampuan dalam memandu acara (*master of ceremony*), penyiaran berita, serta produksi konten digital sebagai *content creator*. Keahlian tersebut didukung oleh kemampuan komunikasi, kepercayaan diri di depan publik, serta kreativitas dalam menyampaikan pesan kepada *audiens*. Ia juga memiliki minat yang besar dalam bidang Hubungan Internasional, khususnya pada kajian budaya dan diplomasi budaya. Dengan bekal keahlian dan minat tersebut, penulis siap untuk terus mengembangkan diri serta berkontribusi secara profesional di bidang yang relevan, baik dalam industri media, komunikasi, maupun praktik hubungan internasional, khususnya yang berkaitan dengan budaya.

**MOTTO**

*“Just be you, and be what u wanna be.”*

Dita Rifdhah Padhilah

*“Que sera sera, whatever will be, will be”*

Doris Day

## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan mengucapkan segenap puji serta syukur atas kehadiran Allah SWT.

Saya persembahkan Skripsi ini kepada :

Allah SWT yang selalu memberikan, menuntun dan mencurahkan rahmat-Nya kepada peneliti sehingga dimudahkan dan dilancarkan dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik.

### **Bapak Bejo Purwanto dan Ibu Suprapti Lestari**

Tulisan ini sebagai tanda terima kasih dan kepada kedua orang tuaku. Terimakasih atas doa, kasih sayang, kesabaran, dan dukungan agar aku terus semangat dalam menyelesaikan kuliahku.

### **Diri Sendiri**

Terimakasih kepada diriku, yang telah berjuang semaksimal mungkin bertahan sampai sejauh ini, dan tidak pernah menyerah untuk menyelesaikan kuliah.

Terimakasih kepada diriku yang tetap kuat walaupun di detik-detik terakhir banyak cobaan yang menerpa.

Serta

**Universitas Lampung**

## SANWACANA

Puji serta syukur peneliti haturkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, hidayah, dan petunjuk-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“ANALISIS *PEOPLE-TO-PEOPLE DIPLOMACY* DALAM MENDUKUNG DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA STUDI KASUS: JEROME POLIN MELALUI KONTEN *WASEDA BOYS INDONESIA TRIP*”**. Shalawat serta salam tak lupa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita dari zaman kegelapan hingga menuju jalan kemenangan.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Dalam perjalanan penyelesaian skripsi ini, peneliti mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu izinkan peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, atas segala karunia dan berkahnya dalam hidupku, serta Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan pelajaran-pelajaran terbaik.
2. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., selaku Rektor Universitas Lampung.
3. Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Simon Sumanjoyo H, S.A.N., M.PA selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional.
5. Prof. Dr. Ari Darmastuti, M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang senantiasa membantu proses penulis selama masa perkuliahan.

6. Bang Roby Rakhmadi, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing utama, yang telah membimbing dengan baik selama berjalannya proses pengerjaan skripsi.
7. Dr. Arie Fitria S.IP., MT., D.E.A. selaku Dosen Pembimbing Pendamping, yang telah membimbing dalam proses pengerjaan skripsi dengan sabar, detail, dan sangat baik.
8. Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembahas yang senantiasa memberi masukan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
9. Seluruh jajaran Dosen Hubungan Internasional beserta Staff Jurusan yang telah membantu dan memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
10. Kepada kedua orang tuaku, yang telah merawat, mendidik, dan membesarkanku sehingga menjadi aku yang sekarang.
11. Kepada kakakku, Mas Dicky, yang telah mendukung dan membantuku hingga skripsi ini selesai.
12. Kepada diriku, karena telah berjuang untuk hidup sampai detik ini dan menyelesaikan tanggung jawabmu sebagai mahasiswa, terimakasih karena tetap bertahan dan tidak menyerah, meskipun perjalanan hidupmu sangatlah tidak mudah.
13. Untuk Mas Tata, manusia paling baik dan menyebalkan yang aku temui di dunia ini, terimakasih karena selalu membuat bahagia, menemani, membimbing, bertahan dan membantu di masa-masa tersulit dalam hidupku, semoga jalan kita dipermudah untuk mencapai impian terindah.
14. Kepada teman seperjuanganku, Aul, Agnes, Sarah, terimakasih karena telah menjadi teman yang senantiasa memberikan kebahagiaan dan membantu di saat-saat sulit.
15. Kepada anggota grup seng-seng, Rico, Kahfi, Aul, Alfi, terimakasih karena selalu menghibur dengan kegilaan kalian semua, kecuali aku.
16. Kepada Coco, terimakasih karena selalu kebersamai dan membantu di saat-saat bahagia dan tersulit dalam hidupku.
17. Kepada teman-teman KKN Seputih Mataram, Ramdo, rico, Anggie, Zahra, Cindy dan Deni, yang telah bekerja sama dan memberikan kebahagiaan selama KKN berjalan.

18. Lalu terimakasih kepada peliharaanku, Almh. Mola, Alm. Ocil, Ciko, dan Mimit yang telah menemani dan menghibur selama perkuliahan dan penulisan skripsi.

Bandarlampung, 30 April 2026

Penulis,

Dita Rifdhah Padhilah

NPM 2216071006

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Konseptual.....	13
2.2.1. Diplomasi Budaya.....	14
2.2.2. Konsep <i>People to People Diplomacy</i> .....	16
2.2.3. Teori <i>Soft Power</i> .....	17
2.3. Kerangka Pikir.....	19
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>
3.1. Tipe Penelitian.....	21
3.2. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	22
3.3. Fokus Penelitian.....	24
3.4. Teknik Penentuan Sampel.....	24
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6. Unit Analisis.....	26
3.7. Proses Pengolahan dan Kondensasi Data.....	32
3.8. Teknik Analisis Data.....	34
3.9. Kendala dan Keterbatasan Penelitian.....	34
<b>IV. HASIL PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
4.1 Hasil.....	36
4.1.1. Gambaran Umum.....	36
a. Jerome Polin sebagai Aktor Sosial Lintas Budaya.....	37
b. Karakteristik Konten Waseda Boys Indonesia Trip.....	39
4.2 Pembahasan.....	40
4.2.1. Analisis Konten Waseda Boys Indonesia Trip dalam Perspektif <i>People-to- People Diplomacy</i> .....	40
a. Daftar Konten yang Dianalisis.....	40
b. Implementasi <i>People-to-People Diplomacy</i> oleh Aktor Non-negara dalam Ruang Digital.....	59
c. Bentuk Interaksi <i>People-to-People Diplomacy</i> .....	61

d. Peran Jerome Polin dalam Konten .....	65
e. Respons <i>Audiens</i> Jepang .....	68
<b>4.2.2. Cara Jerome Polin Membangun <i>People-to-People Diplomacy</i>...</b>	<b>71</b>
a. Interaksi Langsung sebagai Strategi Diplomasi .....	71
b. Jerome Polin sebagai Mediator Budaya.....	74
c. Pendekatan Pengalaman Budaya.....	75
d. YouTube sebagai Ruang Diplomasi Digital .....	76
<b>PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
5.1    Kesimpulan.....	77
5.2.    Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel	Halaman
1. Komparasi Penelitian Terdahulu.....	12
2. Daftar Video <i>Waseda Boys Indonesia Trip</i> .....	28
3. Contoh Tabel Kondensasi Data Komentar <i>Audiens</i> .....	33
4. Daftar 20 Konten <i>Waseda Boys Indonesia Trip</i> .....	41
5. Contoh Komentar <i>Audiens</i> Jepang .....	70

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pikir.....	20
2. <i>Frequency Table</i> Bentuk Interaksi <i>People-to-People Diplomacy</i> .....	62
3. <i>Frequency Table</i> Peran Jerome Polin.....	66
4. <i>Frequency Sentimen</i> .....	69

**DAFTAR SINGKATAN**

JNTO	: <i>Japan National Tourism Organization</i>
SPSS	: <i>Statistical Package for the Social Sciences</i>

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi digital, media sosial telah menjadi alat strategis dalam menyampaikan pesan budaya lintas negara. Kemajuan teknologi dan kehadiran internet memudahkan kehidupan sehari-sehari, termasuk dalam berkomunikasi dan mengakses berbagai informasi dengan cara yang lebih menarik dan efisien. Berdasarkan data dari *We Are Social Hootsuite "Digital in 2021": Southeast Asia*, YouTube menempati posisi pertama sebagai platform media sosial paling aktif dan populer di Indonesia. YouTube mengungguli WhatsApp, Instagram, X, Facebook, dan lain-lain (Kemp, 2021).

Dalam konteks hubungan internasional, fenomena ini sejalan dengan argumen Joseph Nye (2004) yang menyatakan bahwa perkembangan media digital telah memungkinkan aktor non-negara (*non-state actors*) untuk berupaya dalam membentuk persepsi dan mengenalkan budaya suatu negara kepada khalayak internasional. Melalui media sosial, aktor non-negara kini mampu berfungsi sebagai representasi budaya sekaligus jembatan komunikasi antarbangsa. Salah satu contohnya terlihat pada pelaksanaan *Indonesia–Japan Friendship Festival di Tokyo*, yang selanjutnya disebarakan melalui saluran digital seperti YouTube dan Instagram. Festival tersebut menyajikan tarian tradisional, batik, sampai kuliner khas Indonesia yang bisa dirasakan oleh warga Jepang, sekaligus membawa elemen budaya Jepang bagi penonton di Indonesia.

Di samping itu, adanya grup idola JKT48, sebagai *sister group* dari AKB48 di Jepang, juga berfungsi sebagai wadah pertukaran budaya melalui musik, penampilan, serta hubungan dengan para penggemar di kedua negara yang kemudian diperluas melalui media digital. Melalui festival budaya dan kolaborasi

seni tersebut, terlihat bahwa ruang komunikasi antara masyarakat Indonesia dan Jepang dapat berkembang lebih dinamis di luar lingkup diplomasi formal.

Hubungan antara Indonesia dan Jepang telah mengalami kemajuan, tidak hanya dalam kerja sama ekonomi dan politik, tetapi juga merambah ke kolaborasi di sektor budaya. Dalam konteks ini, diplomasi budaya berfungsi sebagai instrumen untuk mempererat hubungan antarwarga kedua negara (*people-to-people diplomacy*). Pendekatan ini merupakan bentuk diplomasi budaya yang didasarkan pada *soft power*, di mana budaya dijadikan sarana untuk membangun citra positif bangsa dan memperteguh relasi antarnegara melalui jalur non-pemerintahan (Nye, 2004). Jepang, sebagai contoh, secara aktif memajukan penyebaran budaya melalui program *Cool Japan Initiative*. Sementara di Indonesia, inisiatif serupa semakin sering bermunculan dari gerakan masyarakat sipil, termasuk melalui media populer dan konten digital. Hal ini memperlihatkan bahwa diplomasi budaya tidak hanya dikuasai oleh pemerintah, melainkan juga melibatkan peran masyarakat global secara langsung.

Dalam penelitian ini, penulis menggarisbawahi peran *soft power* dalam membangun pengaruh budaya secara tidak langsung, di mana daya tarik budaya tidak hanya dilihat dari isi yang ditampilkan, tetapi juga dari kemampuan untuk menciptakan keterikatan emosional (*emotional engagement*) dengan *audiens*. Konsep *emotional engagement* menjadi kunci dalam diplomasi budaya modern karena memungkinkan terciptanya kedekatan, rasa memiliki, dan keterhubungan antara penonton dan nilai-nilai budaya yang ditampilkan. Dalam konteks ini, Jerome Polin muncul sebagai contoh.

Jerome Polin adalah seorang pembuat konten asal Indonesia yang menempuh pendidikan sarjana di Jepang dan dikenal luas melalui saluran YouTube bernama Nihongo Mantappu. saluran ini menjadi media untuk memperkenalkan budaya Indonesia kepada penonton Jepang, terutama kalangan generasi muda. Pada tahun 2022, Jerome Polin mempublikasikan rangkaian video berjudul *Waseda Boys Indonesia Trip*, dimana dia bersama teman-temannya menjelajahi berbagai wilayah di Indonesia. Dalam perjalanan ini, Jerome tidak hanya sekadar bertindak sebagai pemandu, tetapi juga sebagai "duta budaya" yang memperkenalkan kekayaan tradisi, kuliner, bahasa, sejarah, sampai nilai-nilai

sosial yang melekat dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Konten ini menggambarkan bagaimana budaya Indonesia disampaikan melalui interaksi langsung dengan warga setempat serta melalui pengalaman otentik *Waseda Boys* saat berada di Indonesia.

Dengan cakupan penonton yang luas dan pengaruh Jerome Polin sebagai tokoh publik muda yang dekat dengan *audiens* Jepang, konten *Waseda Boys Indonesia Trip* menjadi media menarik dalam mempromosikan nilai-nilai budaya Indonesia secara tidak langsung, dia memperkenalkan cara baru dalam relasi bilateral ini, yakni melalui diplomasi budaya yang memanfaatkan platform digital. Koichi Iwabuchi (2015) mengemukakan bahwa diplomasi budaya tidak hanya dilakukan oleh pemerintah, melainkan juga melibatkan peran individu dan komunitas, khususnya melalui media digital dan budaya populer. Saluran YouTube Nihongo Mantappu berfungsi sebagai jembatan antarbudaya antara Jepang dan Indonesia dengan pendekatan komunikasi yang ringan dan mengedepankan keterikatan emosional.

Konten seperti *Waseda Boys Indonesia Trip* tidak sekadar menghibur, tetapi juga menjadi media untuk memperkenalkan nilai-nilai budaya Indonesia, mulai dari keramahan masyarakat, kuliner khas, destinasi pariwisata, hingga prinsip sosial seperti gotong royong. Dengan demikian, konten semacam ini turut memperkuat *soft power* Indonesia dan membentuk citra positif bangsa Indonesia di mata masyarakat Jepang.

Jerome menggunakan pendekatan yang ringan dan interaktif dalam menyampaikan informasi budaya, menjadikannya mudah dipahami oleh *audiens* internasional, khususnya masyarakat Jepang. Melalui video-videonya, budaya Indonesia tidak ditampilkan secara statis, tetapi justru hidup dalam narasi pengalaman, tawa, dan kekaguman dari *Waseda Boys*. Aspek-aspek budaya seperti kebiasaan makan, keramahan masyarakat, adat istiadat lokal, dan destinasi wisata ditunjukkan dengan sudut pandang yang menarik dan edukatif, tanpa menghilangkan unsur hiburan.

Dalam konteks kanal YouTube Nihongo Mantappu, ikatan emosional dibangun melalui pendekatan personal Jerome Polin yang tidak hanya

menyampaikan informasi, melainkan juga mengajak penonton untuk merasakan pengalaman budaya Indonesia secara langsung dan menyenangkan. Pendekatan ini selaras dengan pandangan Joseph Nye (2004), yang mengemukakan bahwa *soft power* beroperasi paling efektif bila mampu menarik simpati dan membentuk pandangan positif melalui pesona budaya dan nilai-nilai yang disampaikan secara meyakinkan. Oleh karena itu, *emotional engagement* tidak hanya menjadi elemen dari strategi komunikasi, tetapi juga bertindak sebagai jembatan dalam membangun *people-to-people diplomacy* yang menjadi esensi dari diplomasi budaya berbasis media digital.

Beberapa penelitian terdahulu telah menyoroti peran kanal YouTube Nihongo Mantappu dalam ranah diplomasi budaya, baik dalam konteks pengenalan budaya Jepang kepada masyarakat Indonesia (Zainal Abidin, 2023), maupun kerja samanya dengan institusi pariwisata Jepang seperti JNTO. Selain itu, studi seperti yang dilakukan oleh Dewinta Amelia (2023) mengenai diplomasi budaya Jepang melalui media digital juga menekankan potensi media baru dalam memperkuat citra budaya nasional melalui aktor non-negara.

Penelitian ini memiliki relevansi penting dalam bidang Hubungan Internasional karena menunjukkan pergeseran praktik diplomasi budaya dari ranah negara (*state-centric*) ke ranah non-negara (*non-state actors*), termasuk kreator konten digital. Jerome Polin, sebagai YouTuber, berperan aktif dalam membentuk persepsi budaya Indonesia di kalangan publik Jepang melalui kanal Nihongo Mantappu. Fenomena ini sejalan dengan konsep *soft power* Joseph Nye (2004), yang menekankan kemampuan suatu negara untuk memengaruhi melalui daya tarik budaya, nilai-nilai, dan kebijakan tanpa pemaksaan. Nye menyoroti bahwa media populer dapat menjadi instrumen *soft power* yang efektif jika mampu membangun simpati dan persepsi positif melalui komunikasi yang emosional dan sukarela (Nye, 2004).

Dari perspektif Kajian Budaya, penelitian ini menyumbang kontribusi signifikan dengan meneliti bagaimana budaya dibangun, disampaikan, dan disebarluaskan melalui platform digital oleh individu bukan hanya oleh lembaga negara. Nihongo Mantappu bukan hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai ruang produksi dan penggambaran budaya yang membentuk

persepsi masyarakat Jepang tentang Indonesia. Hal ini selaras dengan gagasan Koichi Iwabuchi (2015), yang menyoroti pertukaran budaya dua arah dan keterlibatan emosional dalam diplomasi berbasis media populer. Dia mengkritisi pendekatan diplomasi budaya yang bersifat searah dan menyerukan refleksi mengenai dinamika budaya dalam inisiatif *nation branding* (Iwabuchi, 2015).

Selain itu, penelitian ini menguatkan temuan Habib Ali Zainal Abidin (2023) bahwa narasi personal di YouTube mampu membangun keterikatan emosional dan memperkuat hubungan lintas negara. Hal ini menunjukkan pergeseran budaya dari ranah elite ke praktik sehari-hari yang dimediasi teknologi digital. Secara keseluruhan, kajian tersebut menegaskan pentingnya peran aktor non-negara dalam diplomasi budaya, di mana pendekatan digital dan budaya populer dapat membentuk citra positif serta mempererat hubungan antarmasyarakat di era globalisasi.

Penelitian terdahulu umumnya berfokus pada dampak kanal YouTube Nihongo Mantappu terhadap penonton Indonesia, kerja sama dengan lembaga Jepang, atau pada diplomasi budaya Jepang itu sendiri (Iwabuchi, 2015). Dengan demikian, peneliti menitikberatkan pada analisis peran Jerome Polin sebagai aktor non-negara yang memanfaatkan kanal *YouTube* Nihongo Mantappu, khususnya melalui konten *Waseda Boys Indonesia Trip*, untuk mendukung diplomasi budaya Indonesia ke Jepang. Fokus penelitian adalah mengkaji bagaimana strategi naratif, keterlibatan emosional, dan koneksi antarwarga (*people-to-people*) yang dibangun Jerome mampu memperkuat citra positif Indonesia di mata publik Jepang. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memperjelas kontribusi aktor non-negara dalam diplomasi budaya kontemporer (Melissen, 2005).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Jerome Polin, seorang pembuat konten asal Indonesia yang telah menempuh pendidikan Sarjana di Jepang, menjadikan kanal YouTube Nihongo Mantappu sebagai sarana diplomasi budaya yang unik. Melalui konten kolaborasi seperti *Waseda Boys Indonesia Trip*, ia dapat memadukan unsur hiburan dengan

pengenalan budaya Indonesia secara mendalam kepada penonton Jepang. Konten ini tidak hanya menampilkan destinasi wisata dan kuliner Indonesia, tetapi juga membawa nilai-nilai budaya setempat serta interaksi langsung dengan warga Indonesia.

Fenomena ini menunjukkan potensi media digital dalam diplomasi budaya, di mana seorang YouTuber mampu bertindak sebagai aktor non-negara yang efektif dalam mempromosikan budaya nasional. Keberhasilan kanal ini dalam menarik minat *audiens* Jepang patut dikaji lebih mendalam, mengingat pendekatannya yang berbeda dengan metode diplomasi budaya konvensional yang biasanya dilakukan oleh pemerintah atau lembaga resmi. Maka dari itu, penulis merumuskan pertanyaan penelitian yaitu:

Bagaimana Jerome Polin melalui konten *Waseda Boys Indonesia Trip* di kanal YouTube Nihongo Mantappu membangun *people-to-people diplomacy* dalam mendukung diplomasi budaya Indonesia di Jepang?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Jerome Polin melalui konten *Waseda Boys Indonesia Trip* di kanal YouTube Nihongo Mantappu membangun *people-to-people diplomacy* dalam mendukung diplomasi budaya Indonesia di Jepang.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1.4.1. Secara Teoretis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memperluas kajian Hubungan Internasional, khususnya terkait diplomasi budaya, *soft power*, dan peran aktor non-negara dalam praktik diplomasi budaya berbasis media digital.

#### 1.4.2 Secara Praktis

- a. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan informasi tentang bagaimana seorang *content creator* (aktor non-negara)

memanfaatkan konten YouTube untuk melakukan diplomasi budaya, dengan tujuan membentuk citra positif Indonesia di mata publik Jepang.

- b. Melalui penelitian ini, diharapkan menjadi sebuah pengetahuan bagi praktisi media, pembuat kebijakan, dan *audiens* umum untuk dapat mengenali serta mengidentifikasi strategi diplomasi budaya yang diterapkan melalui platform digital, sehingga dapat meniru praktik terbaik atau mengkritisi konten serupa secara lebih cermat.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab 2 akan menyajikan tinjauan pustaka yang telah peneliti lakukan. Bab ini berisi penelitian terdahulu dan uraian konseptual tentang konsep diplomasi budaya, *people-to-people diplomacy* dan teori *soft power*, yang akan membantu menguraikan analisa penelitian ini. Selanjutnya adalah kerangka pemikiran, hal ini peneliti ilustrasikan sesederhana mungkin agar memudahkan alur pemikiran, dan menjadi alur penelitian dalam analisis yang peneliti lakukan.

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Jurnal atau bentuk penelitian lain dari praktik diplomasi budaya sudah cukup banyak dilakukan, dengan teori dan metode analisis yang berbeda-beda, termasuk metode kuantitatif dan kualitatif. Kanal *YouTube* sebagai salah satu media komunikasi lintas budaya menjadi objek kajian yang semakin relevan di era digital. Dalam konteks hubungan internasional, pendekatan ini menunjukkan bagaimana aktor non-negara seperti *vlogger* dan *content creator* memainkan peran dalam menyampaikan pesan-pesan budaya serta membentuk citra bangsa di mata audiens global. Untuk mendukung kerangka penelitian ini, saya sebagai penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan, diantaranya adalah:

Penelitian pertama, adalah sebuah tesis yang ditulis oleh Habib Ali Zainal Abidin pada tahun 2023, yang berjudul “Diplomasi Publik Baru dalam Pengenalan Bahasa dan Budaya Jepang di Indonesia: Studi terhadap Kanal YouTube Nihongo Mantappu”. Habib Ali Zainal menyoroiti peran Jerome Polin sebagai aktor non-negara yang menerapkan bentuk baru diplomasi publik, yaitu strategi komunikasi budaya yang bersifat informal dan mengutamakan hubungan emosional dengan penonton. Studi ini mengungkapkan bahwa interaksi yang

tercipta melalui konten YouTube dapat membangun *people-to-people diplomacy*, sekaligus meningkatkan pemahaman dan penghargaan masyarakat Indonesia terhadap budaya Jepang.

Penelitian Habib Ali Zainal memiliki signifikansi karena menunjukkan bahwa konten personal dan hiburan, seperti *vlog*, dapat berfungsi sebagai alat diplomasi yang efektif. Temuan ini sejalan dengan konsep diplomasi publik modern yang menekankan narasi dan komunikasi sebagai instrumen kunci (Cull, 2009).

Penelitian kedua berjudul “Peranan Kanal Nihongo Mantappu dengan *Japan National Tourism Organization* (JNTO) dalam Mempromosikan Pariwisata Jepang Pasca Pandemi Covid-19”, ditulis oleh Kharisma Oktaviani dan diterbitkan pada tahun 2023. Penelitian ini menelaah kolaborasi antara kanal Nihongo Mantappu dan JNTO dalam mempromosikan pariwisata Jepang pasca pandemi melalui seri *vlog Waseda Boys Japan Trip*. Menggunakan pendekatan kualitatif, studi ini menyoroti bagaimana strategi konten digital dapat digunakan dalam kampanye diplomasi budaya formal oleh institusi pemerintah Jepang, tetapi disalurkan melalui medium yang informal dan populer. Dengan menggandeng Jerome Polin dan *Waseda Boys*, JNTO berhasil menyisipkan narasi kebudayaan dan destinasi Jepang dalam bentuk *vlog* santai yang mudah diterima *audiens* muda di Indonesia.

Studi Kharisma Oktaviani menunjukkan bahwa batas antara diplomasi negara dan diplomasi publik non-negara menjadi semakin kabur di era digital. Kanal *YouTube* menjadi ruang di mana bentuk komunikasi antarbudaya berlangsung secara dua arah dan dapat membentuk persepsi positif terhadap suatu negara (Melissen, 2005). Penelitian Kharisma Oktaviani menunjukkan bahwa kolaborasi antara Jerome Polin dan institusi formal melalui media digital populer dapat menjadi strategi diplomasi budaya. Hal ini mendukung argumen bahwa kanal Nihongo Mantappu juga berpotensi dalam memperkenalkan budaya Indonesia kepada audiens Jepang melalui konten santai.

Penelitian ketiga merupakan artikel jurnal karya Li Li dan Supath Kookiattikoon 2024 berjudul “*A Study on the External Communication Path of Chinese Traditional Culture from a Semiotic Perspective: A Case Study of Li Ziqi’s Short Videos on YouTube*”, yang terbit di *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*. Penelitian ini mengkaji video-video Li Ziqi sebagai medium representasi budaya Tiongkok melalui simbol-simbol visual, audio, dan linguistik di *platform* digital. Dengan pendekatan semiotika, studi ini mengungkap bagaimana narasi budaya lokal dibangun secara simbolis untuk memperkuat citra nasional di kancah global.

Selain itu, penelitian ini menyoroti peran *YouTube* sebagai alat diplomasi budaya yang efektif berkat kemampuannya menciptakan pengalaman emosional lintas budaya melalui estetika, narasi, dan simbol-simbol budaya yang mudah dicerna oleh *audiens* internasional.

Relevansi penelitian Li Li terletak pada pembuktian bahwa *YouTube* tidak sekadar *platform* hiburan, melainkan juga sarana strategis untuk diplomasi budaya berbasis digital. Temuannya mendukung perspektif skripsi ini yang menelaah upaya Jerome Polin sebagai kreator konten Indonesia yang menyampaikan nilai-nilai budaya secara simbolis dan emosional kepada masyarakat Jepang.

Penelitian keempat adalah sebuah jurnal yang ditulis oleh Koichi Iwabuchi pada tahun 2015, berjudul “*Pop-culture diplomacy in Japan: soft power, nation branding and the question of ‘international cultural exchange’*”. Jurnal ini membahas secara kritis praktik diplomasi budaya Jepang melalui budaya populer (*pop-culture diplomacy*), dengan penekanan pada program *Cool Japan*. Iwabuchi menyoroti bagaimana budaya media Jepang, yang semakin populer di Asia sejak 1980-an, kemudian dimanfaatkan oleh pemerintah Jepang untuk memperkuat citra internasional negara. Namun, artikel ini menilai bahwa strategi tersebut bersifat satu arah dan kurang mencerminkan pertukaran budaya yang sejati.

Penelitian Koichi Iwabuchi signifikan karena menunjukkan keterbatasan

*pop- culture diplomacy* Jepang yang tidak menyentuh keterlibatan dialog lintas budaya secara mendalam. Iwabuchi menyarankan bahwa diplomasi budaya yang efektif seharusnya juga melibatkan dinamika domestik dan keragaman internal, tidak hanya fokus pada pencitraan nasional untuk audiens luar negeri. Hal ini penting untuk memahami potensi dan batas dari diplomasi budaya berbasis media seperti yang dilakukan oleh Jerome Polin.

Penelitian kelima adalah artikel karya Rémi Meehan tahun 2024 berjudul “*Tweeting for Influence: Analysing France and China’s Cultural Diplomacy on Social Media*”, terbit di *European Review of International Studies*. Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed-methods*) untuk menganalisis lebih dari 67.000 *tweet* dari akun resmi lembaga diplomasi Perancis (seperti Institut Français) dan Tiongkok (seperti Confucius Institutes). Hasilnya mengungkap perbedaan strategi dan ideologi antara kedua negara: Tiongkok cenderung menyajikan budaya dengan narasi terpusat dan terkontrol, sementara Perancis lebih inklusif dengan memuat beragam perspektif, termasuk kritik terhadap negaranya sendiri, sebagai cerminan kekuatan budaya.

Kontribusi penelitian Rémi Meehan terhadap skripsi terletak pada pemaparan tentang peran media sosial dalam membentuk persepsi global serta bagaimana pendekatan kreator konten baik institusi maupun individu dapat memengaruhi citra nasional melalui komunikasi digital. Temuan Rémi Meehan selaras dengan strategi Jerome Polin dalam memengaruhi audiens Jepang lewat konten personal yang sarat nilai emosional dan budaya di YouTube.

Tabel 1. Komparasi Penelitian Terdahulu

Aspek	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3	Penelitian 4	Penelitian 5
<b>Judul</b>	Diplomasi Publik Baru dalam Pengenalan Bahasa dan Budaya Jepang di Indonesia: Studi terhadap Kanal YouTube Nihongo Mantappu	Peranan Kanal Nihongo Mantappu dengan JNTO dalam Mempromosikan Pariwisata Jepang Pasca Pandemi	<i>A Study on the External Communication Path of Chinese Traditional Culture from a Semiotic Perspective: A Case Study of Li Ziqi's Short Videos on YouTube</i>	<i>Pop-culture diplomacy in Japan: soft power, nation branding and the question of 'international cultural exchange'</i>	<i>Tweeting for Influence: Analysing France and China's Cultural Diplomacy on Social Media</i>
<b>Penulis</b>	Habib Ali Zainal Abidin (2023)	Kharisma Oktaviani (2023)	Li Li & Supath Kookiattikoon (2024)	Koichi Iwabuchi (2015)	Rémi Meehan (2024)
<b>Konsep /Teori</b>	Diplomasi Publik, <i>Soft Power</i>	<i>Public Diplomacy, Tourism Diplomacy</i>	Diplomasi budaya, Teori semiotika (Peirce & Barthes) dan Representasi budaya di media digital	<i>Soft Power, Nation Branding, Cultural Diplomacy</i>	Diplomasi Budaya, Diplomasi Publik, Teori kekuasaan tiga dimensi (Steven Lukes) dan <i>Digital Public Diplomacy</i>

Aspek	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3	Penelitian 4	Penelitian 5
<b>Fokus Penelitian-an</b>	Peran Jerome Polin sebagai aktor non-negara dalam pengenalan budaya Jepang secara informal	<i>Kerja sama promosi wisata Jepang melalui kanal YouTube dan lembaga resmi pasca pandemi</i>	Menganalisis bagaimana budaya tradisional Tiongkok direpresentasikan dan dikomunikasikan secara simbolik melalui konten video Li Ziqi di YouTube	<i>Menganalisis diplomasi budaya Jepang melalui budaya populer dan bagaimana negara memproyeksikan budaya media sebagai alat untuk meningkatkan citra internasional</i>	Analisis strategi digital Diplomasi budaya Prancis dan Tiongkok melalui Twitter dengan pendekatan kuantitatif (Vader Sentiment Analysis) dan kualitatif
<b>Hasil Penelitian-an</b>	Interaksi dalam YouTube membentuk koneksi antar masyarakat dan meningkatkan pemahaman budaya Jepang	<i>Kanal Nihongo Mantappu efektif dalam menjangkau wisatawan muda Jepang melalui pendekatan informal</i>	Menunjukkan bahwa representasi budaya personal dan visual di media sosial mampu menciptakan pemahaman lintas budaya dan memperkuat citra budaya nasional	<i>Musik dangdut efektif mempererat hubungan kultural dan menciptakan kesan positif Indonesia</i>	Perbedaan sistem politik memengaruhi gaya komunikasi budaya di media sosial dan bagaimana media sosial menjadi alat legitimasi budaya dan soft power negara

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2025

## 2.2 Landasan Konseptual

Landasan konseptual akan sangat berguna dalam melakukan analisis dan menjelaskan apa yang menjadi permasalahan dalam penelitian. Konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep diplomasi budaya, teori *soft power*, dan konsep *people-to-people diplomacy*. Adapun konsep diplomasi budaya digunakan sebagai landasan untuk menganalisis bagaimana Jerome Polin, sebagai

aktor non-negara, menyampaikan nilai-nilai budaya Indonesia melalui platform *YouTube*. Teori *soft power* digunakan untuk menjelaskan bagaimana kekuatan daya tarik budaya dapat memengaruhi persepsi *audiens* asing tanpa paksaan. Selanjutnya, konsep *people-to-people diplomacy* digunakan untuk memahami bagaimana keterlibatan emosional dan interaksi lintas budaya yang tercipta melalui media digital dapat mempererat hubungan antarwarga negara, khususnya antara masyarakat Indonesia dan Jepang.

Keseluruhan konsep tersebut akan mempermudah dan memperkuat pemahaman terhadap alasan penelitian yang berjudul "*Analisis People-to-People Diplomacy dalam Mendukung Diplomasi Budaya Indonesia. Studi Kasus: Jerome Polin melalui Konten Waseda Boys Indonesia Trip*".

### **2.2.1. Diplomasi Budaya**

Teori Diplomasi budaya adalah bentuk diplomasi yang memanfaatkan unsur-unsur budaya baik dalam skala makro maupun mikro, untuk memajukan kepentingan nasional suatu negara. Tujuannya adalah membentuk opini publik di negara lain agar mendukung kebijakan dan kepentingan negara tersebut. Pelaku diplomasi budaya tidak terbatas pada pemerintah, tetapi juga dapat dilakukan oleh masyarakat, baik secara individu, kelompok, maupun lembaga swasta (Warsito, 2007). Dengan demikian, diplomasi budaya dapat terjadi dalam berbagai model hubungan, seperti antara pemerintah dengan pemerintah, swasta dengan pemerintah, atau bahkan antarindividu, dengan tujuan memengaruhi persepsi publik di tingkat nasional maupun global.

Konsep diplomasi budaya didasarkan pada pemahaman bahwa budaya bersifat universal dan mampu melampaui batas-batas negara. Meskipun setiap negara memiliki kekhasan budayanya sendiri, interaksi budaya lintas negara dapat mendorong saling pengertian dan penghormatan antar-bangsa (Rahman, 2012). Salah satu dampak positif diplomasi budaya adalah terbentuknya citra yang baik bagi negara pelakunya. Banyak pihak

berpendapat bahwa diplomasi budaya lebih efektif dibandingkan bentuk diplomasi lain, seperti diplomasi militer, karena umumnya dilaksanakan secara damai dan tanpa paksaan.

Milton C. Cummings (2003) mendefinisikan diplomasi budaya sebagai: "Pertukaran gagasan, informasi, seni, dan aspek budaya lainnya antarbangsa dan masyarakatnya untuk memperkuat pemahaman bersama. Proses ini dapat bersifat satu arah, seperti ketika suatu negara mempromosikan bahasanya, menjelaskan kebijakannya, atau 'menceritakan kisahnya' kepada dunia".

Definisi ini menegaskan bahwa diplomasi budaya bertujuan menciptakan *mutual understanding* antarnegara atau antarkomunitas. Myung-sub Kim menambahkan bahwa diplomasi budaya merupakan strategi kebijakan luar negeri yang berlandaskan nilai-nilai budaya untuk mencapai kepentingan nasional. Kim juga menyoroti bahwa keterlibatan berbagai aktor dalam diplomasi budaya memperluas cakupan dan dampaknya (Saputera, Fasisaka, & Kumala Dewi, 2015). Budaya yang menjadi ciri khas suatu negara dimanfaatkan sebagai perwujudan konkret dalam pelaksanaan diplomasi. Menurut Ha (2016), terdapat tiga otoritas utama yang melekat pada diplomasi budaya:

1. Diplomasi budaya bersifat sebagai hubungan timbal balik antara dua pihak. Sifat resiprokal ini menciptakan ruang untuk terjadinya dialog konstruktif yang pada akhirnya akan membangun dan memperkuat rasa saling percaya antara negara-negara yang terlibat.
2. Diplomasi budaya dilaksanakan dalam rentang waktu yang panjang dan berkelanjutan. Karakteristik ini memungkinkannya berperan sebagai perekat hubungan antara pihak-pihak yang sedang mengalami konflik atau berada dalam situasi hubungan diplomatik yang kurang harmonis. Dengan demikian, diplomasi budaya dapat menjadi solusi efektif ketika muncul ketegangan antarnegara.

3. Diplomasi budaya memiliki kemampuan untuk menumbuhkan saling pengertian di tingkat masyarakat dan antarbudaya. Hal ini dimungkinkan karena unsur-unsur budaya yang ditampilkan secara intrinsik mengandung daya tarik tertentu bagi penerimanya di negara lain.

Diplomasi budaya tidak lagi hanya menjadi domain negara, tetapi juga melibatkan individu yang mampu memengaruhi publik asing melalui media digital.

### **2.2.2. Konsep *People to People Diplomacy***

Konsep *people-to-people diplomacy* mengacu pada hubungan langsung antar individu dari berbagai negara yang terhubung melalui interaksi tatap muka, komunikasi lintas budaya, dan kerja sama sosial-budaya. Dalam dinamika hubungan internasional saat ini, konsep ini dapat ditinjau karena mengalihkan fokus diplomasi dari aktor negara ke peran aktif masyarakat sipil sebagai penggerak utama dalam mempererat hubungan antarbangsa. Interaksi yang bersifat horizontal ini memfasilitasi terciptanya *trust-building* (pembangunan kepercayaan) dan *mutual understanding* (pemahaman bersama), yang sering kali sulit dicapai melalui jalur diplomasi formal (Gregory, 2008).

Jan Melissen (2005) menyatakan bahwa *people-to-people Diplomacy* merupakan komponen penting dalam diplomasi publik kontemporer. Ia berpendapat bahwa interaksi antarmasyarakat dapat menjadi kekuatan budaya yang mandiri, membantu membentuk citra suatu negara secara lebih otentik dan dinamis.

Pendekatan ini semakin relevan di era digital, di mana hambatan komunikasi antarnegara semakin berkurang dan arus informasi berlangsung secara cepat. Nancy Snow (2010) menambahkan bahwa keterlibatan warga negara melalui media sosial dan platform digital memungkinkan terciptanya

diplomasi budaya yang bersifat desentralistik, partisipatif, dan berdasarkan pengalaman nyata. Secara praktis, *people-to-people diplomacy* dapat diimplementasikan melalui berbagai program, seperti pertukaran pelajar, kolaborasi seni dan budaya, kerja sama ekonomi mikro, serta interaksi digital melalui konten kreatif seperti *vlog*, *podcast*, dan platform video seperti YouTube.

Konsep ini menjadi krusial untuk memahami efek sosial dari interaksi digital. Koneksi ini terbangun bukan hanya dari informasi yang disampaikan, melainkan dari emosi yang dibagikan dan pengalaman budaya yang dialami bersama. Dalam hal ini, *people-to-people diplomacy* tidak hanya menjembatani komunikasi, tetapi juga menciptakan rasa kedekatan emosional yang memperkuat persepsi positif terhadap budaya.

Dengan demikian, konsep *people-to-people diplomacy* digunakan untuk menjelaskan bagaimana media digital dapat menjadi jembatan antarbudaya yang memperkuat relasi antarwarga negara. Pendekatan ini membantu memahami bahwa diplomasi tidak selalu bersifat elitis dan formal, melainkan dapat dijalankan oleh individu biasa yang memiliki daya pengaruh melalui komunikasi yang autentik dan emosional.

### **2.2.3. Teori *Soft Power***

Teori *soft power* pertama kali dikembangkan oleh Joseph S. Nye pada akhir 1980-an, dan diperluas secara komprehensif dalam bukunya *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (2004). Nye mendefinisikan *soft power* sebagai kemampuan untuk mendapatkan apa yang diinginkan melalui daya tarik, bukan melalui paksaan atau pembayaran. *Soft power* berasal dari budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan luar negeri yang dianggap sah atau bermoral oleh pihak lain (Nye, 2004).

Meskipun *soft power* beroperasi melalui daya tarik budaya dan nilai-nilai, Joseph S. Nye (2004) menekankan bahwa kekuatan ini tidak dapat

berdiri sendiri, ia harus disandingkan dengan *hard power* seperti kekuatan militer atau ekonomi untuk mencapai efektivitas maksimal dalam hubungan internasional, karena "*power is the ability to influence the behavior of others to get the outcomes one wants*" (Nye, 2004).

Nye menekankan bahwa dalam dunia yang semakin terkoneksi, kemampuan untuk menarik dan membujuk lebih penting daripada sekadar memaksa. Dalam konteks hubungan internasional, *soft power* memungkinkan suatu negara atau bahkan individu untuk membangun citra dan pengaruh tanpa menggunakan kekuatan militer atau ekonomi. Dengan demikian, *soft power* menjadi landasan penting dalam diplomasi budaya dan diplomasi publik.

*Soft power* tidak hanya menjadi milik negara. Menurut Joseph S. Nye (2004), dalam hubungan internasional modern, *soft power* tidak hanya berasal dari entitas negara tetapi juga dapat dimiliki oleh berbagai aktor non-negara, termasuk organisasi internasional, perusahaan multinasional, selebritas, dan tokoh-tokoh berpengaruh. Di era digital seperti sekarang, figur publik, selebritas, dan *content creator* semakin berperan penting sebagai agen *soft power* karena kemampuan mereka memengaruhi opini publik global melalui media baru.

Perkembangan media digital telah membentuk ekosistem komunikasi global yang memfasilitasi penyampaian pesan budaya secara personal dan emosional. Melalui *platform* seperti *YouTube*, *TikTok*, dan *Instagram*, individu dapat menyebarkan narasi, identitas, dan nilai-nilai budaya yang mampu menjangkau audiens lintas negara. Nye dan Goldsmith (2011) berpendapat bahwa daya tarik budaya akan lebih efektif jika disajikan dalam bentuk cerita yang dekat dengan keseharian penonton. Dalam hal ini, *content creator* seperti Jerome Polin tidak hanya menyajikan informasi budaya, tetapi juga menciptakan pengalaman budaya yang otentik lewat interaksi digital yang interaktif.

Gaya komunikasi personal dalam konten digital membantu terciptanya *emotional proximity* atau kedekatan emosional antara penyampai pesan dan penonton, yang merupakan inti dari *soft power* di era digital (Gilboa, 2008). Keterlibatan emosional ini memperkuat penerimaan *audiens* terhadap pesan budaya karena dianggap lebih jujur, alami, dan tidak terkesan dipaksakan. Hal ini sejalan dengan konsep *soft power 2.0* yang dikemukakan oleh Melissa Aronczyk (2013) dan Seib (2012), yang menekankan pada partisipasi masyarakat, narasi dari bawah (*bottom-up*), serta peran krusial media sosial dalam membentuk citra budaya suatu negara.

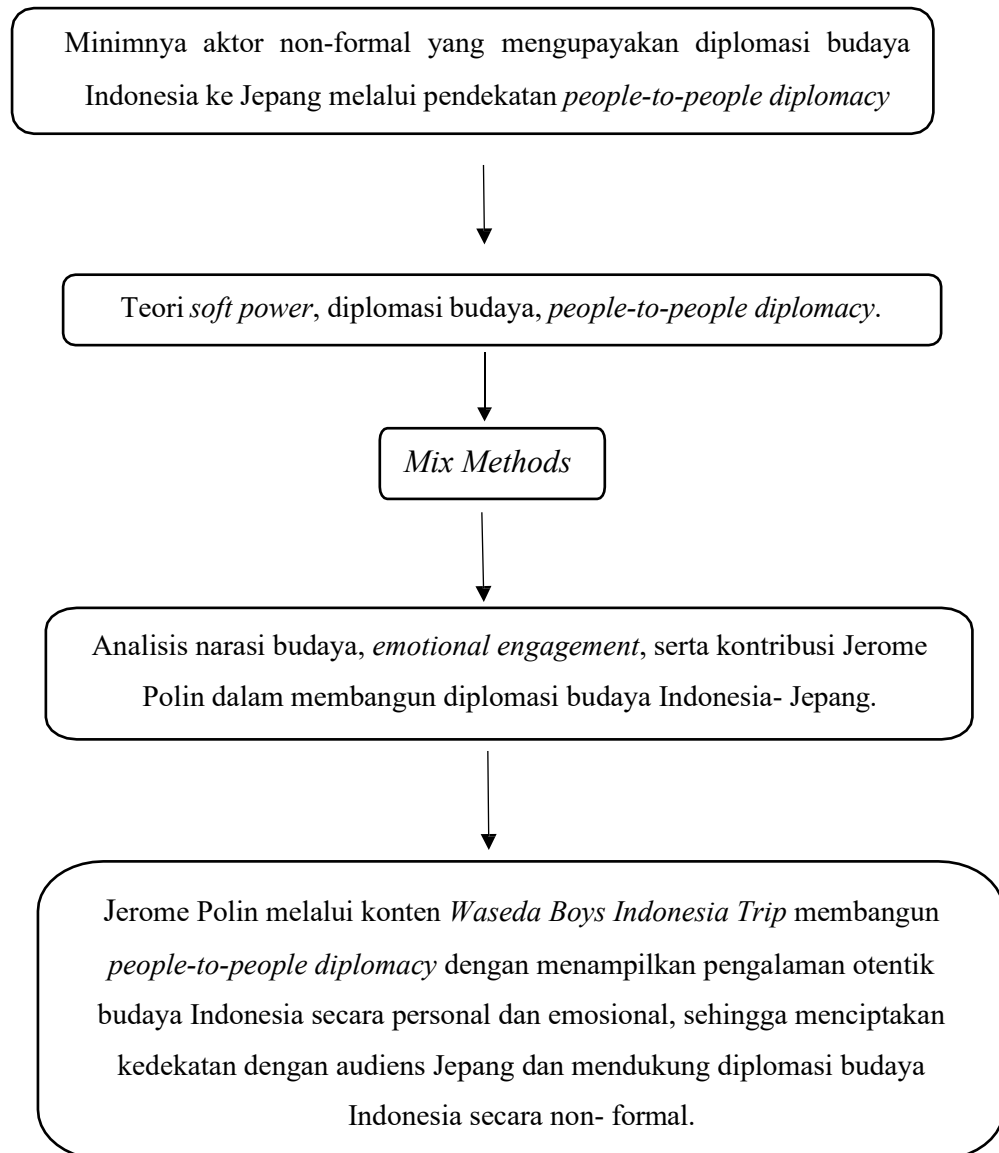
Nilai-nilai seperti kerangka untuk memahami cara penyampaian pesan budaya, keramahan, kekeluargaan, dan keindahan alam Indonesia ditampilkan bukan dalam format promosi resmi, tetapi melalui pengalaman autentik dan interaksi langsung. Daya tarik yang digunakan dalam video, kredibilitas dan keaslian, dan keterlibatan emosional seperti narasi personal dan nilai-nilai sosial Indonesia, akan dikaji sebagai upaya *soft power* untuk menjawab fokus permasalahan dalam penelitian.

### 2.3 Kerangka Pikir

Pada kerangka pikir ini, analisis *people-to-people diplomacy* dengan studi kasus Jerome Polin dalam mendukung diplomasi budaya Indonesia menunjukkan bagaimana aktor non-negara dapat memainkan peran dalam menyebarkan budaya Indonesia secara global.

Dengan memanfaatkan media digital, khususnya melalui konten *Waseda Boys Indonesia Trip*, Jerome menampilkan representasi budaya Indonesia seperti keramahan, gotong royong, dan kuliner lokal melalui pendekatan yang personal dan emosional. Konten tersebut tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menciptakan keterikatan emosional (*emotional engagement*) yang membangun koneksi antarwarga negara (*people-to-people diplomacy*). Pendekatan ini memperkuat citra positif Indonesia di mata publik Jepang, sekaligus menunjukkan

bahwa media digital dapat menjadi instrumen diplomasi budaya yang efektif di era globalisasi. Berdasarkan hal ini, peneliti membuat kerangka pemikiran yang menjelaskan alur dari penelitian ini sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka Pikir**

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1. Tipe Penelitian

Bab ini menjelaskan secara rinci tahapan dan langkah-langkah yang dilakukan penulis selama melaksanakan penelitian, mulai dari penentuan tipe penelitian, teknik pengumpulan data, proses pengolahan dan kondensasi data, hingga penarikan kesimpulan. Penulis juga mengungkapkan kendala yang dihadapi selama penelitian berlangsung dalam upaya menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) dengan dominasi kualitatif sederhana yang diperkaya oleh data kuantitatif pendukung. Pendekatan campuran dipilih karena penelitian tidak hanya berfokus pada makna, narasi, dan representasi budaya dalam konten digital, tetapi juga mempertimbangkan respons *audiens* secara terukur melalui data statistik interaksi. Secara praktis, penulis mengombinasikan analisis kualitatif berupa penafsiran konten video dan komentar *audiens* dengan analisis kuantitatif sederhana seperti penghitungan jumlah komentar, *likes*, *views*, serta kecenderungan sentimen *audiens*. Pendekatan ini memungkinkan penulis memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana Jerome Polin melalui serial *Waseda Boys Indonesia Trip* di kanal *YouTube* Nihongo Mantappu membangun praktik *people-to-people diplomacy* sebagai bagian dari diplomasi budaya Indonesia di Jepang (Creswell & Plano Clark, 2018).

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan studi kasus, dengan fokus pada serial video *Waseda Boys Indonesia Trip* sebagai satu kasus spesifik. Studi kasus dipilih karena memungkinkan penulis untuk menelaah fenomena secara

mendalam dan kontekstual, khususnya praktik diplomasi budaya yang dilakukan oleh aktor non-negara melalui media digital. Dalam pelaksanaannya, penulis tidak hanya mendeskripsikan konten budaya yang ditampilkan, tetapi juga menganalisis proses penyampaian pesan budaya serta dampaknya terhadap *audiens* lintas budaya.

Objek penelitian ini adalah konten video serial *Waseda Boys Indonesia Trip* yang diunggah pada kanal *YouTube* Nihongo Mantappu. Serial ini dipilih karena secara eksplisit menampilkan interaksi lintas budaya antara Jerome Polin, mahasiswa Jepang, dan budaya Indonesia dalam konteks perjalanan budaya. Subjek penelitian meliputi aktor utama dalam konten yakni Jerome Polin dan anggota *Waseda Boys*, serta *audiens YouTube*, khususnya *audiens* Jepang yang memberikan respons melalui kolom komentar. *Audiens* diposisikan sebagai bagian dari praktik *people-to-people diplomacy* karena interaksi mereka mencerminkan penerimaan, persepsi, dan pemaknaan terhadap budaya Indonesia yang ditampilkan.

### **3.2. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel**

Definisi konseptual dan operasional variabel merupakan penjelasan tentang konsep-konsep utama yang digunakan dalam penelitian ini, yang mencakup definisi konseptual (pengertian teoritis) dan definisi operasional (pengukuran empiris dalam konteks penelitian). Definisi operasional variabel digunakan sebagai indikator empiris untuk menganalisis fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, yang menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*), variabel-variabel utama yang diidentifikasi adalah sebagai berikut:

#### 1. *People-to-People Diplomacy*

Secara konseptual, *people-to-people diplomacy* merujuk pada interaksi langsung antarindividu dari berbagai negara yang membangun hubungan emosional dan sosial melalui komunikasi lintas budaya, kerja sama, dan pertukaran pengalaman, yang bertujuan mempererat pemahaman bersama dan membentuk kepercayaan antarbangsa (Melissen, 2005).

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah pengukuran empiris melalui analisis interaksi *audiens* Jepang dengan konten *Waseda Boys Indonesia Trip* di kanal *YouTube* Nihongo Mantappu, seperti frekuensi komentar positif, respons emosional dalam video, dan pola pertukaran budaya yang tercermin dari data kualitatif (narasi deskriptif) dan kuantitatif (hitungan *engagement* seperti *likes*, dan komentar).

## 2. Diplomasi Budaya

Menurut konsep teoritis, diplomasi budaya adalah strategi untuk mempromosikan nilai-nilai budaya suatu negara guna membangun citra positif dan memengaruhi persepsi internasional melalui pertukaran seni, bahasa, dan tradisi (Cummings, 2003). Definisi operasionalnya dalam penelitian ini adalah evaluasi empiris terhadap bagaimana konten Jerome Polin di *YouTube* memperkenalkan elemen budaya Indonesia seperti kuliner, adat istiadat, dan keramahan) kepada *audiens* Jepang, diukur melalui analisis narasi budaya dalam video dan statistik respons *audiens*, seperti peningkatan *views* atau komentar yang menunjukkan pemahaman lintas budaya.

## 3. *Soft Power*

Secara konseptual, *soft power* adalah kemampuan suatu negara atau aktor untuk memengaruhi melalui daya tarik budaya, nilai-nilai, dan kebijakan tanpa paksaan, yang membangun simpati dan persepsi positif (Nye, 2004). Definisi operasionalnya dalam penelitian ini adalah pengukuran empiris terhadap dampak konten *Waseda Boys Indonesia Trip* dalam membentuk citra Indonesia di Jepang, melalui analisis kualitatif yakni interpretasi narasi personal Jerome Polin dan kuantitatif yakni data statistik seperti *subscriber growth* atau pola interaksi yang menunjukkan peningkatan simpati budaya.

### 3.3.Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam pendekatan campuran sangat penting untuk menjaga kejelasan arah penelitian dan mencegah peneliti terjebak dalam keragaman data yang melimpah (Moleong, 2004). Dalam penelitian ini, fokus diarahkan pada analisis *people-to-people diplomacy* dalam mendukung diplomasi budaya Indonesia dari studi kasus Jerome Polin melalui konten *Waseda Boys Indonesia Trip 2022-2024*.

Penelitian ini secara khusus menjelaskan bagaimana konten tersebut dikemas untuk mempromosikan budaya Indonesia kepada audiens Jepang, serta bagaimana diplomasi budaya dan keterlibatan emosional yang dibangun oleh Jerome mampu menarik perhatian dan membentuk persepsi positif masyarakat Jepang terhadap Indonesia.

Adapun aspek-aspek utama yang selaras dengan pemikiran (Melissen 2005) menjadi fokus dalam penelitian ini adalah:

- a. Penyampaian dan Narasi,
- b. Jaringan Sosial dan Partisipasi *Audiens*,
- c. Aktor Non-negara.

### 3.4.Teknik Penentuan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan sampel penelitian. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas di mana peneliti secara sengaja memilih individu, dokumen, atau unit analisis tertentu berdasarkan pertimbangan bahwa sampel tersebut dapat memberikan informasi yang paling relevan dan mendalam terkait fenomena yang diteliti. Menurut John W. Creswell (2014), *purposive sampling* digunakan dalam penelitian kualitatif dan *mixed methods* untuk mengidentifikasi dan memilih kasus-kasus yang bersifat *information-rich cases*, yaitu kasus yang memiliki informasi penting dan relevan dengan tujuan penelitian.

Dalam konteks penelitian ini, *purposive sampling* digunakan untuk memilih konten video dalam serial *Waseda Boys Indonesia Trip* yang diunggah pada kanal *YouTube Nihongo Mantappu*, serta komentar *audiens* yang relevan dengan fokus penelitian. Pemilihan sampel dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu:

1. Video merupakan bagian dari serial *Waseda Boys Indonesia Trip*
2. Video menampilkan interaksi lintas budaya antara Jerome Polin, *Waseda Boys*, dan masyarakat Indonesia
3. Video memiliki tingkat *engagement* yang tinggi, seperti jumlah *views*, *likes*, dan komentar
4. Komentar yang dipilih merupakan komentar yang menggunakan bahasa Jepang.

Melalui teknik *purposive sampling*, peneliti dapat memfokuskan analisis pada unit data yang paling relevan dan mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai praktik *people-to-people diplomacy* dan diplomasi budaya Indonesia yang dilakukan oleh aktor non-negara melalui media digital.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan Penelitian ini menggunakan desain *mixed methods* dengan dominasi kualitatif sebagai data utama, yang didukung oleh data kuantitatif sebagai pelengkap (Creswell, 2018). Pengumpulan data dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu kualitatif dan kuantitatif, sebagai berikut:

#### **3.5.1. Pengumpulan Data Kualitatif**

- a. Observasi konten video: Penulis menonton seluruh video dalam serial *Waseda Boys Indonesia Trip* secara berulang untuk mengidentifikasi narasi budaya, bentuk interaksi lintas budaya, serta representasi nilai-nilai Indonesia yang disampaikan. Observasi ini menghasilkan catatan deksriptif mengenai adegan, dialog, gestur, dan respons spontan yang muncul dalam video.
- b. Analisis komentar *audiens*: Penulis mengumpulkan dan

mengkategorikan komentar berbahasa Jepang untuk mengidentifikasi respons emosional, persepsi budaya, serta bentuk interaksi *people-to-people diplomacy*.

### 3.5.2. Pengumpulan Data Kuantitatif

- a. Analisis Konten: Data diperoleh dari fitur *YouTube* seperti jumlah *views*, *likes*, komentar, dan tanggal unggah. Data ini digunakan untuk mengukur tingkat keterlibatan audiens (*engagement*) terhadap konten.
- b. Data kuantitatif diolah menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) dengan skala 1:0 atau melalui teknik pengkodean biner (1 = ada, 0 = tidak ada) untuk mengidentifikasi kemunculan indikator dalam konten.

### 3.6. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini menampilkan 62 video dalam serial *Waseda Boys Indonesia Trip*, yang nantinya akan di kondensasi menggunakan teknik *purposive sampling*.

Tabel 2. Daftar Video *Waseda Boys Indonesia Trip*

No.	Judul Konten	Fokus Budaya	Tanggal Unggah	Statistik <i>Engagement</i>			
				<i>Views</i>	<i>Likes</i>	Komentar	ER (%)
1.	<i>Trailer</i>	Tidak ada	27-4-2022	1.644.777	141.000	6.846	8.99
2.	Berangkat ke Indonesia	Tidak ada	28-4-2022	3.553.439	225.000	6.507	6,51
3.	Mukbang Menante a	Tidak ada	29-4-2022	2.752.779	159.000	3.309	5.90

No.	Judul Konten	Fokus Budaya	Tanggal Unggah	Statistik <i>Engagement</i>			
				<i>Views</i>	<i>Likes</i>	Komentar	ER (%)
4.	Hunting Takjil	Budaya di Bulan Ramadhan	30-4-2022	4.247.392	212.000	4.096	5.09
5.	Mukbang Nasi Padang Semua Lauk	Kuliner Minangkabau	3-5-2022	3.842.628	166.000	4.996	4.45
6.	Coba Pesen Warteg	Kuliner	2-5-2022	6.020.913	243.000	7.900	4,17
7.	<i>Battle</i> Pengetahuan Umum Indonesia	Pengetahuan	1-5-2022	1.460.708	82.000	1.829	5,74
8.	Mukbang Bakso Lava MTK	Tidak ada	6-5-2022	6.274.888	240.000	6.084	3,92
9.	Kerumah Raffi Nagita	Ramah Tamah	7-5-2022	9.830.414	364.000	5.422	3,76
10.	Jogja: Oseng Mercon & Eskrim 64 rasa	Kuliner	8-5-2022	3.662.662	180.000	5.993	5,08
11.	Potong Rambut	Tidak ada	10-5-2022	2.802.647	168.000	1.536	6,41
12.	Coba Bikin Batik di Jogja	Seni Tradisional	10-5-2022	1.789.073	109.000	2.659	6.25
13.	Coba Makan Angkringan	Kuliner	12-5-2022	4.448.210	195.000	4.063	4,48
14.	Prambanan & Rafting Kalisuci	Sejarah Alam	15-5-2022	3.073.871	155.000	4.392	5.19

No.	Judul Konten	Fokus Budaya	Tanggal Unggah	Statistik <i>Engagement</i>			
				<i>Views</i>	<i>Likes</i>	Komentar	ER (%)
15.	Mukbang Fried Chicken	Tidak ada	16-5-2022	3.999.693	166.000	4.252	4,26
16.	Seharian Jadi Orang Jawa	Tradisi Jawa	18-5-2022	1.626.902	82.000	2.590	5.51
17.	Isengin “Daging Gajah”	Humor & Kuliner	19-5-2022	2.213.338	100.000	3.243	4.66
18.	Ketemu Raja Mangkunegara	Tradisi & Sejarah	20-5-2022	1.875.090	89.000	2.955	4,90
19.	Buah Indonesia yang Gak Ada di Jepang	Kekayaan Alam	21-5-2022	2.982.011	139.000	5.412	4.84
20.	Kerumah Jerome	Silaturahmi		3.738.496	151.000	8.08	
21.	Mukbang Seafood Indonesia	Kuliner	23-5-2022	2.927.931	125.000	3.201	4.38
22.	Coba Masak Pizza	Kuliner	25-5-2022	1.267.815	64.000	1.588	5.18
23.	Mukbang Dimsum	Kuliner	25-5-2022	2.240.503	101.000	3.099	4.65
24.	Streetfood Bandung	Kuliner	26-5-2022	4.313.893	180.000	4.768	4.28
25.	Coba Makan Papeda di Papua	Kuliner	27-5-2022	2.855.979	127.000	4.299	4.60
26.	Pedalaman Papua & Suku Dani	Budaya Adat	25-5-2022	2.814.351	152.000	6.803	5.64

No.	Judul Konten	Fokus Budaya	Tanggal Unggah	Statistik <i>Engagement</i>			
				Views	Likes	Komentar	ER (%)
27.	<i>Rumah Suku Honai</i>	Budaya Adat	30-5-2022	2.101.260	101.000	2.583	4.93
28	<i>Mukbang Lobster di Papua</i>	Kuliner	31-5-2022	2.656.713	112.000	2.553	4.31
29.	Explore Alam Papua	Kekayaan Alam	4-6-2022	1.435.107	79.000	2.265	5.66
30.	Jadi Guru MTK di Papua	Pendidikan	2-6-2022	2.078.367	104.000	4.372	5.22
31.	Mukbang Bali & Ramen Jepang	Kuliner Lintas Budaya	5-6-2022	2.451.802	99.000	2.440	4.14
32.	Main Water Sport Bali	Wahana Lintas Negara	6-6-2022	2.345.353	102.000	1.843	4.43
33.	Sushi Indonesia	Kuliner & Humor	7-6-2022	2.465.056	99.000	2.442	4.11
34.	Festival Musik Indonesia	Musik Lokal	8-6-2022	2.173.546	91.000	2.517	4.30
35.	Baju Adat Bali & Tari Kecak	Seni dan Ritual	11-6-2022	1.287.229	67.000	1.725	5.34
36.	Cerdas Cermat di Kolam Renang	Ilmu Budaya	12-6-2022	1.599.913	72.000	2.031	4.63
37.	Waterpark Terbesar	Wahana	9-6-2022	5.115.229	186.000	3.866	3.71
38.	Main ATV di Hutan	Explore kekayaan Alam	14-6-2022	2.575.457	114.000	3.558	4.56

No.	Judul Konten	Fokus Budaya	Tanggal Unggah	Statistik <i>Engagement</i>			
				<i>Views</i>	<i>Likes</i>	Komentar	ER (%)
39.	Makan Bebek di Tepi Sawah	Kuliner	17-6-2022	2.063.640	89.000	2.368	4.42
40.	Desa Panglipuran	Nilai Sosial	19-6-2022	1.817.276	77.000	1.748	4.33
41.	1 Hari Tinggal di Kapal	Wisata Alam	29-6-2022	1.822.251	76.000	1.538	4.26
42.	Labuan Bajo	Wisata Alam	26-6-2022	2.431.388	90.000	1.955	3.78
43.	Gunung Batur	Alam & Tradisi	23-6-2022	1.670.046	78.000	1.901	4.78
44.	Nusa Penida	Alam & Kebersamaan	21-6-2022	1.485.088	65.000	1.513	4.48
45.	Manta & Penyu	Ekowisata	2-7-2022	1.522.615	65.000	1.835	4.39
46.	Nawar Harga di Pasar	Kuliner & Pengalaman	6-7-2022	2.351.624	82.000	2.727	3.61
47.	NTT & Pulau Komodo	Alam & Budaya	13-7-2022	1.875.903	66.000	911	3.57
48.	Desa Melo	Seni Tradisi	16-7-2022	521.106	28.000	740	5.52
49.	Manado & Likupang	Budaya Lokal	17-7-2022	871.874	36.000	978	4.24
50.	Mukbang Seafood Manado	Kuliner Sulawesi	18-7-2022	1.714.190	61.000	1.669	3.66
51.	Kuliner Khas Manado	Kuliner Manado	23-7-2022	1.142.990	46.000	1.230	4.13

No.	Judul Konten	Fokus Budaya	Tanggal Unggah	Statistik <i>Engagement</i>			
				<i>Views</i>	<i>Likes</i>	Komentar	ER (%)
52.	Pasar Malam	Wahana & Kuliner	26-7-2022	4.152.529	141.000	2.993	3.47
53.	Makan Ikan Bakar	Kuliner & Wisata	5-8-2022	1.126.215	43.000	788	3.89
54.	<i>Battle Parkour</i>	Tidak ada	9-5-2022	1.101.740	44.000	654	4.05
55.	Medan-Samosi r	Budaya Batak	15-8-2022	755.695	33.000	1.118	4.52
56.	Drive Thru bahasa Jepang	Jepang	22-8-2022	2.360.961	84.000	1.242	3.61
57.	Kampung Halaman	Sejarah	25-8-2022	1.487.166	49.000	880	3.36
58.	Mukbang Makanan Batak	Kuliner Batak	28-8-2022	843.519	33.000	966	4.03
59.	Air Terjun Ekstrim	Wahana Ekstrim	30-8-2022	1.725.732	55.000	2.272	3.32
60.	Jadi Guru Jepang	Jepang	4-9-2022	1.411.092	51.000	1.025	3.69
61.	<i>Hidden Gem</i>	Kuliner	5-9-2022	684.135	27.000	636	4.04
62.	Piano Tutorial	Tidak ada	19-4-2021	57.066	1.800	71	3.28

Sumber: YouTube *Nihonggo Mantappu*, 2022.

### 3.7. Proses Pengolahan dan Kondensasi Data

Setelah data terkumpul, penulis melakukan proses kondensasi data sebagaimana dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014). Tahapan ini dilakukan untuk menyederhanakan dan memfokuskan data agar relevan dengan tujuan penelitian.

Langkah pertama adalah penulis mengobservasi 62 video dalam serial *Waseda Boys Indonesia Trip*, kemudian menyaringnya menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk mempermudah kondensasi data, penulis membuat daftar tabel yang berisi judul video, fokus budaya, *views*, *likes*, komentar, dan *engagement rate*, sehingga terlihat video yang paling sesuai dengan kriteria dan didapatkanlah 20 video yang akan di analisis.

Kemudian, langkah kedua adalah menyusun tabel data komentar *audiens* yang berisi kolom nama pengguna, isi komentar, serta kategori sentimen (positif, netral, atau negatif). Tabel ini digunakan untuk mempermudah proses penyaringan dan analisis data. Selanjutnya, penulis memfilter komentar berdasarkan bahasa dan memfokuskan pada komentar berbahasa Jepang.

Untuk memudahkan proses kondensasi data, penulis menyusun tabel kondensasi data komentar *audiens*. Tabel ini digunakan untuk merangkum data mentah komentar ke dalam kategori yang lebih terstruktur sehingga mempermudah proses analisis. Contoh tabel kondensasi data yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Contoh Tabel Kondensasi Data Komentar Audiens

No	Nama Pengguna	Isi Komentar	Bahasa	Kategori Sentimen	Tema Diplomasi
1	@和代岡本-z6p	やばい、この回、最高に良かった～♥インドネシア行きたくなる🥰 (Wow, episode ini luar biasa! Ini membuatku ingin pergi ke Indonesia!)	Jepang	Positif	Apresiasi Budaya
2	@carramell3939	行ってみたい国になりました (Negara itu telah menjadi negara yang ingin saya kunjungi.)	Jepang	Positif	Ketertarikan terhadap Indonesia
3	@aruruuu9379	これでわかった! (Sekarang aku mengerti.)	Jepang	Netral	Respons Emosional

Sumber: Video Seri *Waseda Boys Indonesia Trip*, 2022

Tabel 2 disusun berdasarkan hasil penyaringan komentar yang relevan dan digunakan sebagai dasar pengelompokan data sebelum dilakukan analisis lanjutan. Proses ini dilakukan secara manual dengan membaca satu per satu komentar yang telah diunduh dan mengidentifikasi penggunaan huruf kana, kanji, maupun struktur bahasa Jepang. Komentar yang tidak relevan atau hanya berupa simbol dan emoji dikeluarkan dari analisis.

Dari hasil penyaringan tersebut, penulis kemudian mengelompokkan komentar ke dalam tema-tema tertentu, seperti ketertarikan terhadap budaya Indonesia, respons emosional positif, bentuk apresiasi lintas budaya, dan rasa ingin tahu terhadap Indonesia. Hasil pengelompokan ini menjadi dasar analisis kualitatif yang disajikan dalam Bab IV.

Sementara itu, data kuantitatif seperti jumlah komentar berbahasa Jepang, tingkat likes, dan views digunakan untuk memperkuat temuan kualitatif dengan

menunjukkan intensitas dan jangkauan interaksi *audiens*.

### 3.8. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif-analitis dengan mengintegrasikan data kualitatif dan kuantitatif, sebagaimana lazim digunakan dalam penelitian pendekatan campuran untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena sosial (Creswell, 2018). Analisis kualitatif difokuskan pada penafsiran narasi budaya, interaksi sosial, serta makna diplomasi budaya yang muncul dalam konten video dan komentar *audiens*. Analisis kuantitatif digunakan untuk mendukung temuan tersebut melalui data statistik keterlibatan *audiens*.

Kemudian, analisis kuantitatif digunakan untuk mendukung temuan kualitatif melalui pengolahan data statistik deskriptif, seperti frekuensi, persentase, serta tingkat *engagement* (jumlah *views*, *likes*, dan komentar). Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola keterlibatan dan respons audiens terhadap konten, sehingga dapat memperkuat interpretasi terhadap praktik *people-to-people diplomacy* yang terjadi dalam ruang digital (Creswell, 2018).

Dalam Proses analisis, peneliti juga mengacu pada pendekatan kajian literatur yang menekankan pada interpretasi tekstual secara mendalam (Kurniadi & Rakhmadi, 2026), hasil analisis kemudian dikaitkan dengan konsep *people-to-people diplomacy*, diplomasi budaya, dan *soft power* untuk menjelaskan peran Jerome Polin sebagai aktor non-negara dalam praktik diplomasi budaya Indonesia di Jepang (Melissen, 2005; Cummings, 2003; Nye, 2004).

### 3.9. Kendala dan Keterbatasan Penelitian

Selama proses penelitian, penulis menghadapi beberapa kendala, pertama dalam observasi video. Serial *Waseda Boys Indonesia Trip* yang pada awalnya terdiri dari 64 video, terhitung pada bulan Oktober 2025, menjadi 62 video karena disembunyikan dari YouTube tanpa alasan yang jelas pada pengecekan terakhir bulan Februari 2026. sehingga hal ini menghambat penulis untuk mengidentifikasi

video yang disembunyikan tersebut.

Kedua, komentar pada serial *Waseda Boys Indonesia Trip* didominasi oleh *audiens* Indonesia, sehingga komentar berbahasa Jepang relatif lebih sedikit dan sulit diidentifikasi. Selain itu, tidak semua akun pengguna dapat dipastikan berasal dari Jepang karena keterbatasan informasi profil pengguna *YouTube*.

Oleh karena itu, penulis memfokuskan pada bahasa yang digunakan dalam kolom komentar sebagai indikator utama dalam menentukan relevansi data. Kendala ini diantisipasi dengan melakukan penyaringan data secara lebih ketat dan fokus pada komentar yang secara linguistik jelas menggunakan bahasa Jepang.

Keterbatasan ini tidak mengurangi substansi penelitian, tetapi menjadi catatan bahwa analisis difokuskan pada representasi interaksi lintas budaya yang tampak secara empiris dalam ruang digital. Keterbatasan bahasa tersebut sebagian dapat diminimalkan oleh kemudahan yang memfasilitasi proses analisis, seperti web pengunduh komentar *YouTube* serta pemanfaatan *web* penerjemahan digital untuk membantu memahami makna komentar berbahasa Jepang.

## V. PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis *People-to-People Diplomacy* dalam Mendukung Diplomasi Budaya Indonesia melalui konten *Waseda Boys Indonesia Trip* pada kanal YouTube Nihongo Mantappu, penelitian ini menjawab rumusan masalah bagaimana peran Jerome Polin sebagai aktor non-negara dalam membangun *people-to-people diplomacy* guna mendukung diplomasi budaya Indonesia di Jepang.

Sejalan dengan tujuan penelitian, hasil penelitian menunjukkan bahwa Jerome Polin berhasil membangun praktik *people-to-people diplomacy* melalui interaksi lintas budaya yang bersifat informal, personal, dan berbasis pengalaman. Praktik tersebut melibatkan Jerome Polin, anggota *Waseda Boys* sebagai representasi pemuda Jepang, masyarakat lokal Indonesia, serta *audiens* Jepang di platform YouTube.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Jerome Polin berperan sebagai penghubung budaya melalui penyampaian pengalaman budaya yang autentik, interaksi sosial lintas budaya, serta keterlibatan emosional dalam konten. Konten *Waseda Boys Indonesia Trip* berhasil menampilkan keberagaman budaya Indonesia dan membentuk persepsi positif *audiens* Jepang terhadap Indonesia, yang terlihat dari dominasi respons positif berupa kekaguman, rasa ingin tahu, dan ketertarikan terhadap budaya Indonesia.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa konten digital berbasis pengalaman dan interaksi dapat menjadi bentuk diplomasi budaya yang

relevan di era digital. Praktik *people-to-people diplomacy* melalui media sosial mampu melengkapi diplomasi budaya formal negara dengan pendekatan yang lebih fleksibel, inklusif, dan partisipatif, sekaligus menegaskan bahwa diaspora Indonesia, khususnya peran aktor non-negara yang memiliki keterikatan lintas budaya dalam memperkuat citra positif Indonesia di tingkat internasional.

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut.

### 5.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan kajian Hubungan Internasional, khususnya diplomasi budaya berbasis digital. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji dampak *people-to-people diplomacy* terhadap persepsi *audiens* secara lebih mendalam, baik melalui pendekatan kuantitatif maupun perbandingan dengan praktik diplomasi budaya di negara lain.

Selain itu, penelitian mendatang juga dapat mengeksplorasi peran diaspora Indonesia sebagai aktor non-negara dalam *people-to-people diplomacy*, khususnya dalam memediasi nilai budaya, membangun jejaring lintas negara, dan membentuk persepsi positif terhadap Indonesia di ruang digital.

### 5.2.2. Saran Praktis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diplomasi budaya dapat dilakukan melalui aktor non-negara di ruang digital. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kolaborasi antara institusi negara dan kreator konten, serta pengembangan strategi diplomasi budaya digital yang menekankan interaksi, pengalaman, dan keaslian budaya dalam membangun citra positif Indonesia.

### 5.2.3. Saran bagi Kreator Konten

Bagi Kreator konten disarankan untuk menampilkan budaya Indonesia melalui pendekatan yang autentik, interaktif, dan berbasis pengalaman, serta mengedepankan komunikasi yang dialogis guna membangun kedekatan emosional dengan *audiens* internasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, J. (2023). *Analisis Efektivitas Diplomasi Kuliner Indonesia sebagai Soft Power*. *Jurnal Gastronomi dan Diplomasi*, 8(2), 112–128.
- Amelia, D. A. S. 2023. Diplomasi budaya Jepang di Indonesia melalui media digital (studi kasus: Hololive Indonesia) (Tugas akhir, Universitas Lampung). Diakses dari <https://digilib.unila.ac.id/82118>
- Aronczyk, M. 2013. *Branding the Nation: The Global Business of National Identity*. Oxford University Press.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. 2007. *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods* (5th ed.). Pearson Education.
- Bound, K., Briggs, R., Holden, J., & Jones, S. 2007. *Cultural Diplomacy*. Demos. <https://www.demos.co.uk/files/Cultural%20diplomacy%20-%20web.pdf>
- Chitty, N., Ji, L., & Rawnsley, G. (Eds.). (2023). *The Routledge Handbook of Soft Power* (2nd ed.). Routledge.
- Creswell, J. W. 2013. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th Edition. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Cull, N. J. 2009. *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles: Figueroa Press.
- Cummings, M.C. 2003. *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*. Center for Arts and Culture.
- Detik.com. (2021). *Jerome Polin ajak Waseda Boys puasa Ramadan, ini reaksi mereka*.
- Detikfood. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5539759/jerome-polin-ajak-waseda-boys-puasa-ini-reaksi-mereka-tahan-lapar-dan-haus>

- Dinda Ayuningtyas. (2024). *Peran Budaya Populer sebagai Soft Power bagi Negara di Asia Timur. Jurnal Manajemen dan Diplomasi* (Univeritas Al-Azhar Indonesia).
- Gilboa, E. 2008. Searching for a Theory of Public Diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55–77. <https://doi.org/10.1177/0002716207312142>
- Gilboa, E. 2008. Searching for a Theory of Public Diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55–77.
- Gregory, B. 2008. Public Diplomacy: Sunrise of an Academic Field. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 252-269.
- Ha, M. S. 2016. *The Art of Cultural Diplomacy: How Cultures Influence International Relations*. Palgrave Macmillan.
- Heing, B. (Ed.). (2020). *Soft Power and Diplomacy*. Greenhaven Publishing.
- I Kadek Andre Nuaba. (2025). *Indonesia's Soft Power Diplomacy Agenda in Supporting National Interests. Mandala: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 8(1), 1–22.
- Iwabuchi, K. 2015. Pop-culture diplomacy in Japan: Soft power, nation branding and the question of 'international cultural exchange'. *International Journal of Cultural Policy*, 21(4), 419–432.
- Kemp, Simon. 2021. *Digital 2021: Overview Report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>. Diakses 25 Agustus 2025
- Kurniadi, A., & Rakhmadi, R. (2026). Overcoming National Crisis Through Habibie's Leadership. *Journal of Education and Humanities (JEH) Terekam Jejak*, 2(1), 45–55.
- Li, L., & Kookiattikoon, S. 2024. A study on the external communication path of Chinese traditional culture from a semiotic perspective: A case study of Li Ziqi's short videos on YouTube. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22(2), 182–191. <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.00182>
- Meehan, R. 2024. Tweeting for influence: Analysing France and China's cultural diplomacy on social media, a mixed methods approach. *European Review of International Studies*, 11(2), 153–194. <https://doi.org/10.1163/21967415-11020001>
- Melissen, J. (Ed.). (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. Palgrave Macmillan.

- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. 2014. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Pearson Education.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs.
- Nye, J. S., Jr., & Goldsmith, J. L. 2011. The Future of Power. *Bulletin of the American Academy of Arts and Sciences*, 64(3), 45–52. <https://www.jstor.org/stable/41149419>
- Ohnesorge, H. W. (2022). *Soft Power: The Forces of Attraction in International Relations*. Springer.
- Oktaviani, K. 2023. Peranan kanal Nihongo Mantappu dengan Japan National Tourism Organization (JNTO) dalam mempromosikan pariwisata Jepang pasca pandemi Covid-19 (Skripsi, Universitas Dhyana Pura). <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/view/5392>
- Patton, M. Q. 2002. *Qualitative Research and Evaluation Methods* (3rd ed.). Sage Publications.
- Rahman, B. 2012. *Diplomasi HipHop sebagai Diplomasi Budaya Amerika Serikat*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Seib, P. 2012. *Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era*. Palgrave Macmillan.
- Snow, N. 2010. Rethinking Public Diplomacy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 240-251.
- Soesilowati, S. (2020). *Diplomasi Soft Power Indonesia melalui Atase Pendidikan dan Kebudayaan*. *JGS: Jurnal Global Services*, Universitas Airlangga.
- Symon, G. 1994. *Qualitative Research: Analysis and Practice*. SAGE Publications.
- Tri Darmawan Adimihardja, Gunawan Undang, & Tom Finaldin. (2024). *Paradigma E-Diplomacy: Formulasi Kebijakan Pengembangan Soft Power Diplomacy*. *Journal of Global Mind*.
- Warsito, T. &. 2007. *Diplomasi Kebudayaan; konsep dan relevansi bagi negara berkembang: studi kasus Indonesia*. Ombak.

Waseda University. (2021). *Jerome Polin: Indonesian student thriving at Waseda University*. Waseda Weekly. <https://www.waseda.jp/inst/weekly/news-en/2021/10/27/91833/>

Zainal, H. A. 2023. Diplomasi publik baru dalam pengenalan bahasa dan budaya Jepang di Indonesia: Studi terhadap kanal YouTube Nihongo Mantappu (Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta). Diakses dari <https://repository.upnvj.ac.id/25874/>