

ABSTRAK

PERAN KEBIJAKAN COOL JAPAN INITIATIVE DALAM MEMBANGUN *BRANDING* PRODUK TEKNOLOGI JEPANG DI PASAR GLOBAL

Oleh

Muhammad Nabil Utama

Posisi Jepang sebagai salah satu eksportir produk teknologi terbesar dunia mulai tergeser oleh negara lain. Untuk mempertahankan daya saingnya di pasar global, Jepang menggunakan Cool Japan Initiative (CJI) sebagai kebijakan yang digunakan untuk membangun *branding* produk teknologi Jepang di pasar global. CJI adalah kebijakan multifungsi dan multisektoral yang menggunakan *soft power* sebagai sarana promosi berbagai aspek industri yang dimiliki Jepang, termasuk teknologi.

Penelitian ini menggunakan konsep *soft power* milik Joseph Nye dan teori *nation branding strategy* oleh Simon Arnholt. Konsep *soft power* memiliki 3 komponen penyusun, yaitu kebudayaan, ideologi atau nilai-nilai domestik, dan kebijakan luar negeri. Sedangkan teori *nation branding strategy* menggunakan 6 indikator, yaitu promosi pariwisata, *brand representative*, kebijakan pemerintah, investasi, kebudayaan, dan warga negara. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deksriptif yang menggunakan sumber data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan adanya peran CJI dalam membangun *branding* produk teknologi Jepang di pasar global. Hal ini terlihat dari 6 indikator utama *nation branding strategy*, yaitu promosi pariwisata untuk menarik wisatawan asing mencoba produk teknologi Jepang secara langsung, keberadaan *brand* teknologi Jepang yang dikenal luas sebagai *brand representative*, dukungan kebijakan pemerintah, peran berbagai kebijakan investasi dan Cool Japan Fund (CJ-Fund) dalam mendorong investasi ke dalam negeri, serta pemanfaatan budaya populer dan keterlibatan warga negara dalam menggunakan produk teknologi lokal. Peran ini juga dapat dilihat dengan 3 komponen penyusun *soft power*, di mana ditemukan adanya penggunaan *soft power* yang dimiliki Jepang sebagai sarana utama CJI dalam membangun *branding* produk teknologi Jepang di pasar global.

Kata Kunci: *Cool Japan Initiative*, *Nation Branding Strategy*, Pasar Global, *Soft Power*, Teknologi

ABSTRACT

THE ROLE OF COOL JAPAN INITIATIVE POLICY IN BUILDING JAPANESE TECHNOLOGY PRODUCT *BRANDING* IN THE GLOBAL MARKET

By

Muhammad Nabil Utama

Japan's position as one of the world's largest exporters of technology products had started to be replaced by other countries. To maintain its competitiveness in the global market, Japan utilized the Cool Japan Initiative (CJI) as a policy that used to build the branding of Japanese technology products in the global market. CJI was a multifunctional and multisectoral policy that leveraged Japan's soft power as a means of promoting various aspects of Japan's industry. This study employed the concept of soft power by Joseph Nye and the theory of nation branding strategy by Simon Arnholt. The concept of soft power consisted of three components, namely culture, ideology or domestic values, and foreign policy. Meanwhile, the theory of nation branding strategy consisted of six indicators, tourism promotion, brand representative, government policy, investment, culture, and citizens. The research method used a qualitative approach with descriptive analysis based on secondary data sources. The results of the study indicated the role of CJI in building the branding of Japanese technology products in the global market. This was reflected in the six main indicators of the nation branding strategy, tourism promotion to attract foreign tourists to try Japanese technology products directly, the presence of widely recognized Japanese technology brands as brand representatives, government policy support, the role of various investment policies and the Cool Japan Fund (CJ-Fund) in encouraging domestic investment, as well as the use of popular culture and citizen involvement in adopting local technology products. This role was also evident in the three components of soft power, where Japan's use of its soft power served as the main instrument of CJI in building the branding of Japanese technology products in the global market.

Keywords: Cool Japan Initiative, Global Market, Nation Branding Strategy, Soft Power, Technology