

**STRATEGI NATION BRANDING JEPANG  
SEBAGAI DAERAH TUJUAN WISATA MUSLIM ASIA  
(STUDI DESKRIPTIF PENYEBARAN KONTEN PARIWISATA  
JEPANG PADA KOMUNITAS *BACKPACKER INTERNATIONAL* DI  
*FANPAGE FACEBOOK* PERIODE 2018-2019)**

**SKRIPSI**

**Oleh:  
Dede Suhadi  
201310415074**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi *Nation Branding* Jepang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Muslim Asia (Studi Deskriptif Penyebaran Konten Wisata Pada Komunitas *Backpacker International* di Fanpage Facebook Periode 2018-2019)

Nama Mahasiswa : Dede Suhadi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201310415074

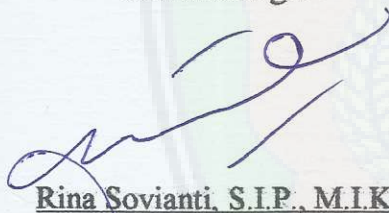
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 14 Juli 2020

Jakarta, 14 Agustus 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom

NID: 0041609009

Pembimbing II



Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom

NID: 041908054

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi *Nation Branding* Jepang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Muslim Asia (Studi Deskriptif Penyebaran Konten Wisata Pada Komunitas *Backpacker International* di *Fanpage* Facebook Periode 2018-2019)

Nama Mahasiswa : Dede Suhadi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201310415074

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 14 Juli 2020

Jakarta, 14 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom

NID. 041310016

Penguji I : Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom

NID. 0041609009

Penguji II : Tri Alida Apriliana, S.I.P., M.I.Kom

NID. 041908053

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

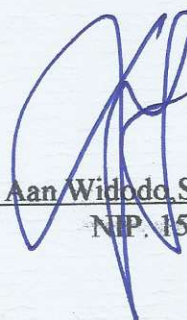
Ilmu Komunikasi



Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP. 1904409

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP. 1504222



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Strategi Nation Branding Jepang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Muslim Asia (Studi Deskriptif Penyebaran Konten Wisata Pada Komunitas Backpacker International di Fanpage Facebook Periode 2018-2019)**. Skripsi ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto-copy melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Dede Suhadi

NPM. 201310415074

## ABSTRAK

**Dede Suhadi. 201310415074.** Strategi *Nation Branding* Jepang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Muslim Asia (Studi Deskriptif Penyebaran Konten Wisata Pada Komunitas *Backpacker International* di *Fanpage* Facebook Periode 2018-2019). Dibimbing oleh Rina Sovianti, S.IP., M.I.Kom dan Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan dan pesan komunikasi strategi *nation branding* Jepang sebagai daerah tujuan wisata muslim asia periode 2018-2019, melalui konsep *Muslim Friendly COMCEC* (*Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of The Organization of Islam Cooperation*) berdasarkan penyebaran konten wisata pada backpacker Muslim di fanpage Facebook *Backpacker International*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah penerapan *nation branding muslim friendly* yang dilakukan oleh Pemerintah Jepang melalui *competitive identity* berhasil terimplementasi dengan baik pada 6 aspek *nation branding* yaitu *Exports, Government, Investment, Culture, People* dan *Tourism* yang menciptakan kebijakan-kebijakan yang menunjang *nation branding muslim friendly* yang dapat dirasakan wisatawan ketika berkunjung ke Jepang. Dalam pesan komunikasi dan penyebaran informasi kepada wisatawan didapati adanya penggunaan *new media* seperti website, aplikasi handphone dan media sosial.

Kata Kunci: *Nation Branding, Muslim Friendly, Jepang, Wisata, Competitive Identity.*

## **ABSTRACT**

**Dede Suhadi. 201310415074.** *Japan's Nation Branding Strategy as Asia's Muslim Tourism Destination Areas (Descriptive Study of the Spread of Travel Content in the International Backpacker Community on Facebook FanPage The Periode 2018-2019).* Supervised by Rina Sovianti, S.IP., M.I.Kom and Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom.

*This study aims to determine the implementation and communication message of Japan's nation branding strategy as a tourist destination for Asian Muslims the period 2018-2019, through the concept of Muslim Friendly COMCEC (Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation) based on the distribution of tourism content on Muslim backpackers on the Backpacker International Facebook fanpage. This type of research is a qualitative descriptive study. Data collection techniques by interview and documentation.*

*The results of this study are the application of Muslim friendly nation branding carried out by the Government of Japan through competitive identity successfully implemented well in 6 aspects of nation branding that is Exports, Government, Investment, Culture, People and Tourism which create policies that support Muslim friendly nation branding which can be felt by tourists when visiting Japan. In the communication messages and dissemination of information to tourists found the use of new media such as websites, applications mobile and social media.*

**Keywords:** *Nation Branding, Muslim Friendly, Japan, Tourism, Competitive Identity.*



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji serta syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah- Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan penulisan ilmiah dengan judul “Strategi *Nation Branding* Jepang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Muslim Asia (Studi Deskriptif Penyebaran Konten Wisata Pada Komunitas *Backpacker International* di *Fanpage* Facebook Periode 2018-2019).

Penulisan ilmiah ini dilakukan penulis guna melengkapi sebagian syarat untuk mencapai gelar pendidikan Ilmu Komunikasi Jenjang Strata Satu Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Selesainya Penulisan ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan Kedua Orangtua yang saya cintai dan sayangi yang senantiasa berada disamping penulis memberikan do'a, semangat dan bantuannya, serta bimbingan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih atas segala bantuan yang diberikan, baik itu bimbingan moril maupun materil secara langsung maupun tidak langsung yang sangat membantu penulis dalam penulisan ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom, Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Nurul Fauziah, S.Sos., M.I.Kom, selaku penasihat akademik yang telah memberikan bimbingan penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom, selaku Pembimbing I yang telah membimbing penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
6. Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom, Selaku Pembimbing II yang telah membimbing penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
7. Kakak dan Adik tercinta, untukmu ku persembahkan ini.

8. Komunitas Backpacker International, terutama kepada para informan yaitu Juggi Markus, Hadiati Setia dan Rika Dewina yang telah membantu dalam memberikan informasinya.
9. Yasutomo Furumichi, sahabat satu perjuangan program WHV Australia selama tinggal di Australia, yang telah membantu penulis dalam memberikan informasinya.
10. Arief Fadullah, Sahabat satu perjuangan yang membantu penulis dalam berfikir dan memecahkan permasalahan selama ini.
11. Teman Fikom 2013, selaku teman *sharing* selama pengerjaan proposal dan skripsi ini.
12. Ule.Co Group yang senantiasa memberi dukungan kepada penulis
13. Terima kasih dr. Astriana Maulidiani, yang sudah mengingatkan dan memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis akui penulis tidaklah sempurna, apabila nantinya ada kekeliruan dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan kritik dan sarannya. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 14 Agustus 2020



Dede Suhadi

NPM. 201310415074



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	14
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	14
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	14
1.5 Kegunaan Penelitian .....	15
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	15
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	16
2.1 Review Penelitian Sejenis .....	16
2.2 Kerangka Konsep.....	19
2.2.1 <i>Nation Branding</i> .....	19
2.2.2 Konsep <i>Muslim Friendly</i> .....	22
2.2.3 <i>Nation Branding Jepang Muslim Friendly</i> .....	27
2.3 Kerangka Teoritis.....	29
2.2.1 Pariwisata .....	29
2.2.2 Komunikasi Pariwisata .....	30

2.2.3 Produk Pariwisata .....	32
2.2.4 Wisatawan.....	34
2.2.5 Minat.....	35
2.2.6 Media Baru.....	36
2.2.7 <i>Backpacker International</i> .....	37
2.2.8 <i>Japan National Tourism Organization (JNTO)</i> .....	39
2.4 Kerangka Pemikiran.....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	42
3.1 Jenis Penelitian .....	42
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.3 Teknik Penentuan Informan.....	43
3.4 Informan Penelitian.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6 Teknik Analisis Data .....	46
3.7 Triangulasi Analisis Data .....	47
3.8 Jenis Data.....	48
3.9 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	50
4.1 Hasil Penelitian .....	50
4.1.1 Objek Penelitian.....	50
4.1.2 Profil Informan.....	52
4.1.3 Penerapan Aspek <i>Nation Branding Jepang Muslim Friendly</i> .....	53
4.1.3.1 <i>Exports</i> .....	54
4.1.3.2 <i>Governments</i> .....	58
4.1.3.3 <i>Investment</i> .....	63
4.1.3.4 <i>Culture</i> .....	69
4.1.3.5 <i>People</i> .....	72
4.1.3.6 <i>Tourism</i> .....	75
4.1.4 Pesan Komunikasi <i>Nation Branding Jepang Muslim Friendly</i> .....	79
4.1.4.1 <i>Exports</i> .....	79
4.1.4.2 <i>Governments</i> .....	82
4.1.4.3 <i>Investments</i> .....	85

4.1.4.4 <i>Culture</i> .....	89
4.1.4.5 <i>People</i> .....	92
4.1.4.6 <i>Tourism</i> .....	95
4.2 Pembahasan.....	97
4.2.1 Penerapan <i>Nation Branding</i> Jepang Melalui Konsep <i>Muslim Friendly COMCEC</i> berdasarkan Wisatawan <i>Muslim Backpacker International</i> .....	99
4.2.2 Pesan Komunikasi Dalam <i>Nation Branding</i> Jepang Melalui Konsep <i>Muslim Friendly COMCEC</i> Berdasarkan Wisatawan <i>Muslim Backpacker International</i> .....	108
4.3.3 Strategi <i>Nation Branding</i> Jepang <i>Muslim Friendly</i> Melalui <i>Competitive Identity Nation Branding</i> .....	117
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	119
5.1 Simpulan .....	119
5.2 Saran .....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian .....	49
Tabel 4.1 Pembebasan Visa Jepang di Negara Asia.....	59



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Nation Branding The Hexagon</i> .....	21
Gambar 2.2 Website <i>Japan Muslim Guide</i> .....	29
Gambar 4.1 Komunitas <i>Backpacker International</i> .....	51
Gambar 4.2 Pusat Perbelanjaan Laox .....	57
Gambar 4.3 Produk Halal di Jepang.....	58
Gambar 4.4 Tempat Ibadah di Bandara Narita Tokyo.....	61
Gambar 4.5 Toilet Jepang Ramah Air .....	63
Gambar 4.6 Makanan Halal <i>Japan Airlines JAL</i> .....	64
Gambar 4.7 Tanda Halal di Restoran Naritaya .....	65
Gambar 4.8 Tempat Ibadah di Mall Namba Osaka.....	67
Gambar 4.9 Ruang Ibadah di Universal Studio Osaka.....	68
Gambar 4.10 Tertib Antrian di Destinasi Wisata .....	71
Gambar 4.11 Kebersihan Jalan di Destinasi Wisata.....	72
Gambar 4.12 Pelayanan Pegawai Mall di Jepang .....	74
Gambar 4.13 Kereta Shinkansen.....	77
Gambar 4.14 Tanda Tempat Ibadah Nagoya.....	79
Gambar 4.15 Aplikasi Halal Gourmet.....	81
Gambar 4.16 Pamphlet <i>Muslim Friendly Saporro</i> .....	83
Gambar 4.17 <i>Tourist Information Center</i> Bandara Kansai .....	84
Gambar 4.18 Menu Halal Restoran Halal Sakura .....	86
Gambar 4.19 Official Akun Halal Japan .....	88
Gambar 4.20 JNTO Travel Fair .....	90
Gambar 4.21 Destinasi Wisata Galayuzawa.....	96
Gambar 4.22 Konten Produk Halal di Jepang.....	101
Gambar 4.23 Konten Masjid Tokyo Camii` .....	102
Gambar 4.24 Konten Makanan Halal <i>Japan Airlines</i> .....	103
Gambar 4.25 Konten Destinasi Wisata Fushimi Inari.....	105
Gambar 4.26 Konten Keramahan Staff Mall Jepang .....	106
Gambar 4.27 Konten <i>Itinerary</i> Perjalanan di Jepang .....	108
Gambar 4.28 Konten Aplikasi Produk Halal.....	110

Gambar 4.29 Konten Brosur Wisata <i>Muslim Friendly</i> .....	112
Gambar 4.30 Konten Aplikasi Halal Navi .....	113
Gambar 4.31 Konten Penyewaan Kimono Wargo .....	114
Gambar 4.32 Konten Penggunaan Bahasa Inggris .....	115
Gambar 4.33 Konten Pusat Perbelanjaan Halal Laox .....	117





## DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 1.1 Wisatawan Indonesia Berkunjung Ke Jepang .....	4
Bagan 1.2 Prediksi Kunjungan Wisatawan Muslim Ke Jepang .....	5
Bagan 1.3 Populasi Pemeluk Agama di Dunia .....	6
Bagan 1.4 Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Jepang .....	13
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran .....	41
Bagan 4.1 Persentase Konten Penerapan Aspek Competitive Identity .....	100
Bagan 4.2 Persentase Konten Pesan Komunikasi Competitive Identity .....	109



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Form Perbaikan Skripsi
- Lampiran 2 : Kartu Bimbingan
- Lampiran 3 : Transkrip Wawancara Juggi Markus
- Lampiran 4 : Transkrip Wawancara Hadiati Setia
- Lampiran 5 : Transkrip Wawancara Rika Dewina
- Lampiran 6 : Reduksi dan Hasil Wawancara Informan
- Lampiran 7 : Reduksi Gabungan Hasil Wawancara Informan
- Lampiran 8 : Daftar Pertanyaan Informan
- Lampiran 9 : Dokumen *Japan To Welcome Muslim Vistitors*
- Lampiran 10 : Dokumen *Japan The Tourism Nation Basic Law*

