

Intisari

Melalui pidato kebijakan tahun 2002, Junichiro Koizumi menyatakan bahwa Jepang harus meningkatkan daya saing industrinya melalui penciptaan, perlindungan, dan pemanfaatan strategis kekayaan intelektual. Menyusul pidato tersebut, Task Force on Contents of Intellectual Property Headquarters dibentuk untuk membangun dan mengelola brand negara Jepang yang bertujuan untuk menjadi ‘negara berbasis kekayaan intelektual’ (chizai-rikkoku). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis upaya nation branding Jepang dalam masa pemerintahan Junichiro Koizumi (2002-2006). Dalam penelitian ini penulis mengajukan dua buah pertanyaan, mengapa Jepang memilih chizai-rikkoku sebagai identitas kompetitif di abad ke-21 dan implementasinya sampai pada tahun 2006. Penelitian ini akan mempertimbangkan tantangan dan persaingan ekonomi di era global, ambisi Jepang untuk menjadi negara berbasis kekayaan intelektual, serta pencapaian dan tantangan yang dihadapi oleh pemerintah selama pelaksanaannya.

Kata Kunci: Jepang, industri, nation branding, globalisasi, identitas kompetitif.

Abstract

Through his policy speech in 2002, Junichiro Koizumi stated that Japan needs to increase its industrial competitiveness through the creation, protection, and strategic utilization of intellectual properties (IP). Following this speech, the Task Force on Contents of Intellectual Property Headquarters was created. Within this task force, measures are taken to re-build and manage Japan's nation-brand which aims to be 'a country based on intellectual property' (chizai-rikkoku). The purpose of this research is to examine Japan's nation branding under the government of then prime minister Junichiro Koizumi (2002-2006). The author proposed two questions, as to why Japan chizai-rikkoku as its new competitive identity and how it has been implemented until 2006. This research will consider the influences of today's globalized world economic competitions, Japan's objective to be an intellectual property based nation, achievements, and challenges Japan must encounter by choosing said strategy.

Keywords: Japan, industry, nation branding, globalization, competitive identity.